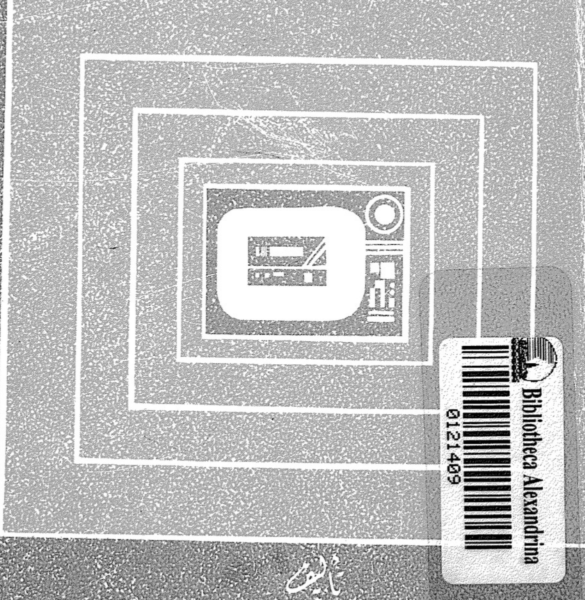
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بغداد
كلية الفنون الجميلة

تخطيط البرامج الإذاعية والتلفزيونية



تأليف

الدكتور عبد القادر خلف الدليمي   عبد الكريم فرحان الربيعي

١٩٨٨

تخطيط البرامج الإذاعية والتلفزيونية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بغداد
كلية الفنون الجملية
قسم الفنون السمعية والمرئية

تخطيط البرامج الإذاعية والتلفزيونية

كتاب منهجي : لطلبة الصف الثاني اذاعة وتلفزيون/ قسم الفنون السمعية والمرئية/ كلية الفنون الجميلة

تأليف

عبدالكريم فرحان الربيعي
دائرة التلفزيون العامة

الدكتور عبدالقادر خلف الدليمي
مدرس مساعد/ قسم الفنون السمعية والمرئية/ كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد

الاهداء ..

الى من ضحوا باغلى شيء في سبيل الوطن

الى الاكرم منا جميعاً ..

المؤلفات

((الفهرست))

مقـدمة

لم يعد هناك أدنى شك في أهمية وضرورة التخطيط في حياتنا اليومية وفي جميع المجالات والمستويات، فهو مهم وأساسي لحل جميع المشاكل والمعضلات ووضع الأسس والطرق المناسبة لحلها والتي تواجهنا في حياتنا، من أصغر خلية في المجتمع وهو الفرد والأسرة وصعوداً الى مستوى مشاكل الدولة على أعلى المستويات (ولجميع القطاعات) سواء الأقتصادية منها أو الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية، ومن القطاعات المهمة التي تحتاج الى تخطيط وتخطيط دقيق جداً ومدروس هو قطاع الأعلام بصورة عامة والأذاعة والتلفزيون بشكل خاص لما لها من أهمية وتأثير كبير على سلوك وأتجاهات المجتمع وتأثيرها عليه سلباً وأيجاباً وبشكل أسرع من بقية الوسائل الأعلامية الأخرى، أضافة الى مساهمتها وعلى نحو كبير في تسريع عجلة التنمية أذا أستغلا بالشكل الصحيح والمناسب، ويعتبر التخطيط الأذاعي والتلفزيوني من العناصر المهمة في أستثمار الأمكانات المادية والبشرية ووفق أسلوب علمي ميداني يتركز على مبادىء وطبيعة وسيلتي الأذاعة والتلفزيون او ضرورة رسم وتوزيع وتنظيم البرامج في الدورات الأذاعية والتلفزيونية وفقاً للجمهور المستهدف، وما هية وأهداف ومكونات مضمون البرامج مع الأخذ بنظر الأعتبار جانب التدرج المنطقي لعملية الأتصال. أن الهدف من هذا الكتاب هو تسليط الضوء على أهم المبادىء والأسس للتخطيط العام والتخطيط الأعلامي بصورة عامة وتخطيط البرامج الأذاعية والتلفزيونية بشكل خاص.

وقد قسم الكتاب الى خمسة فصول أساسية أضافة الى الملاحق، تناول الفصل الأول التخطيط بمفهومه العام، وأهمية التخطيط ونشوء وتطور أستخدام التخطيط، وتجربة التخطيط في العراق، وكذلك مفهوم ومبادىء وأنواع ومراحل التخطيط.

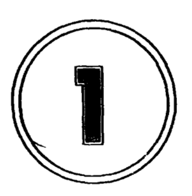
أما الفصل الثاني فهو عن التخطيط الأعلامي، حيث تضمن تعريف التخطيط الأعلامي وفلسفة الأعلام في العراق ودور الأعلام في عملية التنمية في العراق، وكذلك تضمن متطلبات وخطوات وأسس التخطيط الأعلامي.

وخصص الفصل الثالث وهو الجانب المهم والكبير في الكتاب للموضوع الأساس للكتاب وهو التخطيط والبرمجة الأذاعية والتلفزيونية حيث تم أعطاء صورة عن الأذاعة والتلفزيون والمستمع والمشاهد وعن كيفية بناء المنهاج العام للبرامج، ومن

ثم التخطيط الأذاعي والذي تم شرحه بشكل مفصل ، حيث تم تناول موضوع مفهوم وسمات التخطيط الأذاعي وعملية ومراحل التخطيط الأذاعي ، والدورات الأذاعية ومستويات الخطط الأذاعية والتلفزيونية ، وأهم المعوقات التي تواجه الخطط الأذاعية والتلفزيونية ، وأخيراً موضوع التنسيق والبرمجة الأذاعية والتلفزيونية ومفهوم البرامج الأذاعية والتلفزيونية ... أعدادها وأنتاجها . أما الفصل الرابع من هذا الكتاب فيلقي الضوء فيه على واقع تخطيط البرامج الأذاعية والتلفزيونية في العراق ، حيث أستهل بفقرة عن تأريخ الدورات الأذاعية في العراق ، ومن ثم أهداف الخطة العامة للأذاعة والتلفزيون وأخيراً عن واقع تخطيط البرامج في تلفزيون بغداد (القناتين الأولى والثانية) وأذاعة بغداد ، وكذلك تضمن الفصل واقع الخدمات الأذاعية في الأتحاد السوفيتي ومصر . وعرض المؤلفات في الفصل الخامس وهو الأخير بحوث المستمعين والمشاهدين وطرق قياس الرأي العام .. فكان أول موضوع فيه عن أهمية بحوث المستمعين والمشاهدين في تطوير البرامج الأذاعية والتلفزيونية ثم أنواع بحوث المستمعين والمشاهدين ، وأخيراً طرق قياس الرأي العام .

وأدرجت في نهاية الكتاب مجموعة من الملاحق عن الخطط الأذاعية والتلفزيونية وأستمارة أستبيان للتعرف على خصائص وعادات الجمهور في التعرض للأذاعة والتلفزيون وأخيراً نرجو أن نكون قد وفقنا في رفد الحركة العلمية بمرجع عسى أن يكون مفيداً للطلبة والمختصين ، وأن كان هناك نقص في أحد جوانب الكتاب فعذرنا أنه ليس هناك كتاب أو بحث وخاصة في العلوم الأجتماعية والأنسانية يتصف بالدقة والكمال التام ، فالكمال لله وحده ونرجو من الله أن يوفقنا جميعاً في خدمة عراقنا الحبيب وأمتنا العربية المجيدة ، والله ولي التوفيق ...

المؤلفات



التخطيط بمفهومه العام

الفصل الاول

« التخطيط بمفهومه العام »

أهمية التخطيط :

تتزايد أهمية التخطيط حالياً بأعتباره المنهج الذي يساعد على معالجة المشكلات المختلفة في كل دولة وهذا المنهج لكي يكون فعالاً وناجحاً لابد له أن يكون مفهوماً من قبل متخذي القرارات والذين يقومون بتنفيذ قراراتهم ، وهو أمر يتطلب وجود متخصصين على درجة عالية من الكفاءة في مختلف الميادين ، يقومون بتقديم مالديهم من الخبرة والمعرفة والمقترحات بشأن القضايا أو المبادىء التي يراد وضع الخطط لها[1] .

ويكتسب التخطيط في المجتمعات النامية والتي مازالت في طريق البناء والتقدم والنهوض أهمية أستثنائية أو التي مازالت في طور التحول الأشتراكي كالعراق مثلاً ، أهمية أستثنائية بأعتباره الأداة الحاسمة والوسيلة التي لاغنى عنها لحل المشاكل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتربوية والثقافية الموروثة ، ولتعبئة وتخصيص الموارد والأمكانات المتاحة بما يحقق التنمية الشاملة والسريعة .

لقد أولت القيادة السياسية في العراق موضوع التخطيط أهتماماً خاصاً أنطلاقاً من أهمية وحيوية الدور الذي يلعبه في عملية التحول والبناء الأشتراكيين ، وقد أنعكس هذا الأهتمام في أدبيات الحزب القائد والوثائق الأساسية التي أصدرتها القيادة السياسية للحزب والثورة ، وهو يتكرر بأستمرار في خطب وتوجيهات القيادة السياسية وكبار المسؤولين وفي الصحافة ووسائل الأعلام الأخرى .

وأن هذه الأهمية للتخطيط التي حرص الحزب والقائد المظفر صدام حسين على تأكيدها وكما عبر عنها بشكل واضح ودقيق بقوله « كل عراقي من موضعه يجب أن يتصرف بحدود مسؤوليته ولكن يجب أن يفكر بعقلية قائد ، وكل عراقي يجب أن يتصرف بحدود الانظمة والقوانين والصلاحيات المنصوص عليها والممنوحة له ، ولكن يجب أن يضع جهده اليومي وحركته اليومية في أطار التصور والخطط الستراتيجية الموضوعة وأن يدرك أنه قد يطلب منه أحياناً أن يتصرف من موقع قائد وليس بعقل محلي .. لكي يعرف من أي الدول يجب أن يستورد ولأي مدى

ولماذا ؟ أو يشارك مشاركة جدية في الأقل في رسم مثل هذا المسار وكذلك الفني المسؤول في دائرة التخطيط بعيد المدى يجب أن يتصرف من موقعه في العمل اليومي ويتصور من موقع قائد بل كل عراقي مطالب بأن يتصرف من موقعه ويتصور من موقع قائد ، أذ بدون هذا لايمكن أن نبني المجتمع الذي نطمح لبنائه ».[٢]

وهذه الأهمية للتخطيط يشير اليها الحزب القائد عبر مؤتمراته القومية والقطرية ولقد أكد التقرير السياسي الصادر عن المؤتمر القطري الثامن لحزب البعث العربي الأشتراكي على مسألة التخطيط وأعطاها أهتماماً بارزاً وأفرد لها معالجة مستفيضة تحت عنوان « التخطيط والتنمية » فقد جاء فيه مايلي :

« يحتل التخطيط أهمية مركزية في بناء الاقتصاد الوطني وفي فروعه كافة وفي تطويره وفقاً للحاجات الوطنية الراهنة والمستقبلية كما يعتبر ضرورة أساسية لاغنى عنها أطلاقاً لوضع مقدمات الأنتقال الى الأشتراكية ولأجراء التحولات الأشتراكية في البلاد ، فبدون التخطيط لايمكن بناء الاقتصاد الوطني وتطويره بشكل متناسق ومتصاعد يكمل كل فرع فيه الأخر كما لايمكن وبخاصة في البلدان المتخلفة والتي تتسم عموماً بضعف مؤسساتها الأنتاجية تحقيق تنمية شاملة ومتناسقة بدون تخطيط ... ».[٣]

وواضح من النص أعلاه أن التقرير السياسي يربط بين التخطيط ومسألتي التنمية والبناء الأشتراكي وأنه بدون التخطيط لايمكن بناء الاقتصاد وتنميته بشكل متوازن ومتناسق أو الشروع في البناء الأشتراكي . ويعني تحول التخطيط في المجتمع الأشتراكي الى مبدأ عام ممارسته في مختلف المجالات وعلى مختلف المستويات ، ويتحقق هذا عملياً عن طريق تقسيم الخطط ، فالخطة العامة للأقتصاد القومي تتضمن أهدافاً أو مهمات يجري توزيعها على القطاعات المختلفة (زراعة ، صناعة ، نقل ، أعلام ، ... الخ) ، والخطة الخاصة لكل قطاع تتضمن مهمات موزعة على الفروع (المتمثلة عادة بالمديريات العامة) ، وهذه الأخيرة تتضمن مهمات يجري توزيعها على المنشآت المختلفة وعند مستوى كل منشأة يجري تقسيم الخطة على الأقسام والأقسام على الشعب حتى الوحدات في أماكن العمل ، ومن هنا تعتبر خطة المنشأة (أو المؤسسة) في النظام الأشتراكي جزءً لايتجزأ من الخطة العامة للأقتصاد القومي ، كما أن هذه الخطة كغيرها من الخطط لاتتحدد فيها الأهداف أو المهمات الواجب تحقيقها فقط ، وأنما الطرق أو الوسائل التي تكفل تحقيق هذه الأهداف أيضاً ، وهذا يجعل من سلامة وكفاءة التخطيط على مستوى المنشأة أو المؤسسة شرطاً ضرورياً لسلامة ونجاح التخطيط على المستوى القطاعي وبالتالي على مستوى الأقتصاد القومي ككل.[٤]

وحول أهمية التخطيط أراد أحد كتاب الغرب أن يؤكد على ضرورة وأهمية التخطيط بالنسبة للنشاط التلفزيوني، فشبه التلفزيون بمارد في أحد الأساطير الجيرمانية له قوة خرافية وطاقات فوق مستوى التصور البشري، نزل الى قرية فأعمل فيها هدماً وتحطيماً وتخريباً فأجتمع حكماء القرية ليتشاوروا في امر هذا المارد الجبار وأنتهى رأيهم الى أن الشيء الوحيدالذي ينقذهم من شروره هو أن يقوموا بتركيب عقل في رأسه، وبالفعل أنتهزوا فرصة نوم المارد ونجحوا في أن يركبوا عقلاً في رأسه فلما أصبح الصباح كان المارد بقدراته الهائلة هذه قد أخذ على عاتقه مساعدة كل أهل القرية في أعمالهم.. يحمل عن العمال أثقالهم ويقوم بطهي الطعام وأنضاج الخبز للنساء ويحمل الأطفال على كتفيه لينقلهم من مكان الى مكان...

وليس هناك شيء أصدق من هذه الأسطورة تعبيراً عن القدرات الهائلة للأذاعة والتلفزيون على التأثير في الفرد والمجتمع وضرورة وضع هذه القدرات تحت الأشراف والقيادة الواعية لكي يكون وسيلة أعلامية في خدمة الفرد والمجتمع وليس العكس.(٥)

نشوء وتطور أستخدام التخطيط : ـ

يمكن أن نقسم تأريخ بدء التخطيط في العالم الى ثلاث مراحل تأريخية وهي كما يلي : ـ

أ ـ المرحلة الاولى : من عام ١٩١٠ وحتى نهاية الحرب العالمية الاولى : ـ

كان أول من أبرز فكرة التخطيط الأقتصادي بمفهومه العلمي الواضح هو العالم النرويجي شونهيدر في النرويج عام ١٩١٠ ، ثم طورت فكرة التخطيط من الناحية العلمية أثناء الحرب العالمية الأولى في المانيا التي اتخذتها كوسيلة لأدارة دفة الحرب حيث تبعتها بريطانيا وكان الهدف من التخطيط هو الموازنة بين الأقتصاد القومي وبين متطلبات الحرب (المجهود الحربي)، من ذلك نجد أن العالم الرأسمالي أول من أوجد فكرة التخطيط وأستخدمها كوسيلة مؤقتة تنظم عملية تحول الأقتصاد القومي من ظروف السلم الى ظروف الحرب.

ب ـ المرحلة الثانية : من العشرينات وحتى الحرب العالمية الثانية :

في هذه المرحلة ظهر التخطيط في المجتمع الأشتراكي حيث لجأ الأتحاد السوفيتي الى أسلوب التخطيط عام ١٩٢٧ بعد أن أخذت فكرته شكلاً جديداً في الخطة الخمسة الأولى التي كان من أهم أهدافها العامة التحويل السريع للأتحاد السوفيتي من دولة زراعية متخلفة الى دولة صناعية متقدمة والأرتفاع بالمستوى المعيشي للمواطنين . وقد رافق تجربة التخطيط في الأتحاد السوفيتي ظهور الكساد العظيم داخل النظام الرأسمالي حيث بدأت فكرة التخطيط الأقتصادي تراود الكثير من الأقتصاديين والمفكرين كعلاج حاسم وناجح لهذه المتناقضات ، وساند « كنز » هذه الفكرة وأكدها في الثلاثينات في كتاباته حيث وضح أن « البطالة المزمنة هي نتيجة مترتبة على الافراط في الأدخار وتضاؤل الأستثمار وما يتبعه من بلوغ الدخل القومي مستويات توازنية هي في أغلب الأحيان دون مستوى التوظيف الكامل للموارد ومن الضروري تدخل الدولة لتصحيح هذه الأوضاع بالقيام بالمشروعات العامة » ، وقد أثر هذا التيار على كثير من الدول لأتباع أسلوب التخطيط مثل المانيا النازية وأيطاليا الفاشية وكان الهدف من ذلك بناء الطاقة الحربية .

جـ ـ المرحلة الثالثة : فترة الحرب العالمية الثانية وما بعد الحرب :

جاءت الحرب العالمية الثانية لتؤكد من جديد ضرورة الأخذ بمبدأ التخطيط العلمي والسليم للموارد الأقتصادية لأمكان تعبئتها بيسر ودقة للسير بالجهود الحربي سيراً حثيثاً ، وقد توضحت أهمية التخطيط أيضاً في أعقاب الحرب وخاصة بالنسبة للدول التي دمرتها الحرب في أوربا وبالذات الشرقية منها ، كما بدأت بعض الدول حديثة الأستقلال في جنوب شرقي أسيا كالفلبين وبورما وأندونيسيا بالأخذ بفكرة التخطيط القومي بغية تحقيق التنمية الأقتصادية بمعدلات سريعة وفي فترات وجيزة للتغلب على الفقر والأنخفاض بمستويات المعيشة ، وكذلك ظهر هذا الأتجاه في أمريكا اللاتينية ، وفي بريطانيا كان هنالك أتجاه محدد نحو التخطيط المركزي عام ١٩٤٥ عندما تولي حزب العمال الحكم ، غير أن التجربة لم تدم طويلاً بعدما تولى حزب المحافظين الذي تقوم سياسته على الحرية الأقتصادية الحكم عام ١٩٥١ كذلك ظهر تحول واضح نحو أنتهاج أسلوب التخطيط في كل من الهند وباكستان وأستراليا وجنوب أفريقيا للجمع بين المشروع الخاص والعام وبأشكال متعددة ، كما سارت كندا شوطاً محدداً نحو التخطيط المركزي الذي أقتصر على المرافق العامة والنقل البحري وتجارة الجملة ، أما دول المعسكر الأشتراكي كبولندا او يوغسلافيا وتشيكوسلوفاكيا وغيرها من الدول فقد حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال.(٦)

تجربة التخطيط في العراق[٧] : ـ

أن تجربة التخطيط في العراق بدأت فعلياً عام ١٩٥٠ ويمكن أن تقسم المراحل التي مرت بها تجربة التخطيط في العراق الى ثلاثة مراحل كالآتي : ـ

١ ـ مرحلة ماقبل ثورة ١٤ تموز ١٩٥٨ : قامت الحكومة العراقية عام ١٩٥٠ بأنشاء مجلس الأعمار ، بهدف الأستفادة من عوائد النفط في تنمية الأقتصاد القومي ، وبهدف رسم خطط أقتصادية ومالية عامة لتنمية موارد العراق ورفع مستوى المعيشة لأبناء الشعب وكان المجلس يتكون من خمسة أعضاء وخصصت لميزانيته جميع عوائد النفط لتحقيق الأغراض التي أنشيء من أجلها ، وقد رسم مجلس الأعمار أول خطة خمسية للفترة ١٩٥١ ـ ١٩٥٦ على أساس التوصيات التي تقدمت بها بعثة البنك الدولي للأنماء والتعمير لتنمية الأقتصاد العراقي ، ولم تنجح هذه الخطة بسبب عدم وضوح أهدافها ، لذا فقد رسمت خطة خمسية أخرى للفترة ١٩٥٥ ـ ١٩٥٩ ، ولم يستمر العمل بهذه الخطة فقد أستبدلت بخطة أخرى لسببين هما :

أ ـ بسبب زيادة عوائد العراق النفطية .

ب ـ بسبب وضع دراستين فنيتين عن القطاع الصناعي ، واللتان أكدتا على ضرورة التوسع بالمشاريع الصناعية القائمة وأنشاء مشاريع جديدة مثل مشاريع النقل والمواصلات والمشاريع الأجتماعية وتشجيع الصناعات الاساسة .

٢ ـ مرحلة مابعد ثورة ١٤ تموز ١٩٥٨ ولغاية عام ١٩٦٨ : بعد ثورة ١٩٥٨ شرع بتقييم السياسة الأستثمارية وأعادة النظر في أهداف الخطط السابقة ، وفي ضوء ذلك قررت أعادة تنظيم جهاز التخطيط وأعادة تشكيل السياسة الأستثمارية لتتمشى مع متطلبات القطر الأنمائية ، وفي عام ١٩٥٩ ألغي مجلس الأعمار ووزارة الأعمار وحل محلها مجلس التخطيط الاقتصادي ووزارة التخطيط . وصدر عام ١٩٦٦ قانون مجلس التخطيط رقم ١٨ الذي أحدث تغييرات وتعديلات في مجلس التخطيط الأقتصادي ، وقد آكد هذا القانون على مبدأ التخطيط الشامل للأقتصاد القومي وعدم أقتصاره على الجوانب الأقتصادية فقط .

٣ ـ مرحلة مابعد ثورة ١٧ ـ ٣٠ تموز ١٩٦٨ : بعد قيام ثورة ١٧ ـ ٣٠ تموز ١٩٦٨ التي قادها وفجرها حزب البعث العربي الأشتراكي ، بدأت صفحة جديدة في مجال التنمية والتخطيط الأقتصادي والأجتماعي الشامل ، حيث تميزت هذه الفترة بوجود فكر واضح وستراتيجية سياسية ثابتة أنعكست على ستراتيجيَة التنمية الأقتصادية والأجتماعية ووضعتها في مجالها الأشتراكي

الصحيح ، وقد تم رسم وتنفيذ عدد من الخطط القومية الشاملة وهي كما يلي :

أ ـ خطة التنمية القومية ١٩٧٠ ـ ١٩٧٤ .
ب ـ خطة التنمية القومية ١٩٧٦ ـ ١٩٨٠ .
جـ ـ خطة التنمية القومية ١٩٨١ ـ ١٩٨٥ .

مفهوم التخطيط : ـ

هناك عدد من التعاريف والمفاهيم للتخطيط جاءت على لسان كثير من المفكرين ، ولكنها جميعها تتفق وبشكل مختصر ومجرد على أن التخطيط هو عملية التنبؤ بالمستقبل والأستعداد الأحتمالاته .

ومن هذه التعاريف يعرفه الدكتور عبد الوهاب الكيالي « هو أسلوب في التنظيم يهدف الى أستخدام الموارد على أفضل وجه ممكن وفقاً لأهداف محددة ، ويقصد به على النطاق القومي وضع خطة يسير عليها المجتمع خلال فترة معينة وذلك بغية تحقيق التنمية الأقتصادية والأجتماعية وهنالك نوعان من التخطيط :
التخطيط الجزئي : وهو يتناول أعداد برامج جزئية يختص كل منها بقطاع معين من الأقتصاد القومي .
التخطيط الشامل : ويراد به الخطة التي تغطي جميع قطاعات الأقتصاد القومي ومن هنا فهو ضروري لتحقيق النمو المتوازن للأقتصاد القومي .. »[8] .

ويعرفه الدكتور محمد شوقي أبراهيم مكي بأنه « التفكير المسبق أو عمل الترتيبات المسبقة عادة في ضوء التجارب والحاجات المعروفة أو المتوقعة »[9] . فمثلاً القيام برحلة معينة غالباً ما يتطلب عمل الترتيبات لأختيار وسيلة السفر وتحديد مدة الرحلة وجدول العمل فيها والحاجات التي يجب تمويلها لها وبالتالي توفير قيمها قبل البدء بشرائها وهذا يعني أن مفهوم التخطيط قديم قدم الحضارة البشرية وبدونه ربما لاتقوم الحضارة حيث قد يتصرف الأنسان وفقاً لغرائزه الحيوانية ويتعرف وفقاً للظروف المباشرة التي تحيط به دونما حاجة للتنظيمات والوظائف المتحكمة في حياته وبيئته المختلفة ، وعلى الرغم من ذلك فأن تطبيق مفهوم التخطيط كعامل مهم جداً في حياة كل فرد وكمنظم لمختلف مجالات حياته لم يتم إلا حديثاً جداً .

أما الدكتور محمود أحمد الشافعي (مدير معهد التخطيط القومي في القاهرة) فيعرفه بأنه « أسلوب في التفكير والتدبير والتنظيم والتنسيق والتوقيت والعمل

وهو في أساسه عملية مستمرة لتحديد الأهداف المتناسقة والمتكاملة والمترابطة وغير المتعارضة التي يتقرر بلوغها »[١٠].

والتخطيط يهدف الى « تقرير خطة عمل متكاملة لمواجهة أحوال وأحداث مرتقبة سواء لفرد أو لمجموعة أفراد ، ولتحقيق أهداف معينة في فترة زمنية محددة بحيث تتوفر لهذه الخطة المرونة الكافية حتى تتمشى مع ديناميكية الحياة على أن يتم ذلك في أطار فكر سليم لاغموض في عناصره وبذا يصبح التخطيط عملية مستمرة تتم على مستويات مختلفة محلية وأقليمية وقومية »[١١].

أما الدكتور سعد لبيب فيرى أن التخطيط هو « توظيف الأمكانات البشرية والمادية المتاحة أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة ، من أجل تحقيق الأهداف التي رسمتها « السياسة » الأعلامية مع الأستخدام الأمثل لهذه الأمكانات »[١٢].

ومن هذا التعريف يتضح أن التخطيط هو المرحلة التالية لرسم السياسات . كذلك يراد بالتخطيط « وضع خطة أو برنامج للمستقبل بالنسبة لأية ناحية من نواحي الحياة وذلك لتحقيق هدف معين ، أي أن التخطيط في واقعه هو النظر في المستقبل »[١٣].

ومن خلال هذا الأستعراض فأن التخطيط يعني بشكل عام مايلي : [١٤]

١) التقرير سلفاً لما يجب عمله .
٢) وضع أهداف محددة مقرونة بوسائل تحقيقها .
٣) التنبؤ بالمستقبل والأستعداد لأحتماله .
(٤) ربط أحتياجات المستقبل والأستعداد لأحتمالاته .

وبهذا يمكن أن نستنتج أن التخطيط يتطلب وجود نقطتين هامتين هما :[١٥]

أولاً : الأهداف .

وهي الغايات التي يراد تحقيقها بأعتبارها تمثل حقيقة وواقعاً يراد الوصول اليه ويتحدد الهدف في شكل قرار أو قانون ينشيء منظمة معينة تقوم بتحقيق هذه الأهداف .

ثانياً : السياسة الموضوعية .

وهي مجموعة القواعد التي تحكم سير العمل والمحددة سلفاً بمعرفة الأدارة والتي يسترشد بها العاملون في المستويات المختلفة في كافة القرارات والتصرفات المتعلقة بتحديد الأهداف .

مباديء التخطيط : ـ

يستند التخطيط في النظام الأشتراكي الى عدد من المباديء الأساسية ، ولاتقتصر هذه المباديء على مستوى الأقتصاد الوطني وحسب ، وأنما تتعداه الى المستويات الأدنى ، بما في ذلك مستوى المديريات العامة وتقسيماتها ، ومن أبرز هذه المباديء ما يأتي : ـ

أ ـ الواقعية .
ب ـ الشمول .
جـ ـ المركزية الديمقراطية .
د ـ الألتزام .
هـ ـ الأستمرار .
و ـ المرونة .

آ ـ مبدأ الواقعية : ـ

تعني واقعية التخطيط أن تؤخذ في الحسبان عند وضع الخطة ، الأمكانات المتاحة وكذلك المحددات والمعوقات المحتملة ، فالتخطيط عملية واعية وأسلوب علمي لتوجيه الموارد البشرية والمادية والمالية المتاحة ، بما يحقق الأهداف الأقتصادية والأجتماعية المحددة بكفاءة عالية ، وينبغي أن لا تتضمن الخطة أهدافاً تتخطى حدود الموارد والأمكانات المتاحة ، ولا أهدافاً متواضعة يؤدي تنفيذها الى تعطيل قدر كبير من الأمكانات والموارد الأقتصادية المتاحة .

ب ـ مبدأ الشمول : ـ

يعني مبدأ شمول التخطيط أحتواء الخطة لجميع الأنشطة والمتغيرات والمستويات فلا يجب أن تقتصر الخطة على مستوى واحد أو نشاط واحد دون المستويات أو النشاطات الأخرى ، ولا يجب أن يؤثر التخطيط في متغير واحد دون عيره من المتغيرات والا كانت النتيجة أرتباكاً في العمل وضعفاً في مستوى الأداء .

جـ ـ مبدأ المركزية الديمقراطية : ـ

يتجلى مبدأ المركزية الديمقراطية في أيجاد نوع من التوافق أو التوازن بين أمرين هما : ـ

الأول : هو أخضاع نشاط المديريات العامة لأهداف خطة التنمية القومية .

الثاني : هو اعطاء المديريات العامة حرية التصرف وأتخاذ القرارات المتعلقة بأعداد وتنفيذ خططها في ضوء التنمية القومية وبالشكل الذي يساعد في أطلاق المبادرات والتكيف للعوامل البيئية المحيطة .

د ـ مبدأ الألزام : ـ
يتمثل هذا المبدأ بألزام جميع المؤسسات والمنظمات الأخرى بتنفيذ خطة التنمية القومية ، وكذلك أعداد الخطط الخاصة بها في ضوء هذه الخطة ، وفي سبيل جعل الخطة الزامية ، فأنها تقر بواسطة الهيئة التشريعية في الدولة ويصدر بشأنها قانون ملزم بعد أنجازها من قبل السلطة التخطيطية العليا .

هـ ـ مبدأ الأستمرار : ـ
عملية التخطيط هي في الواقع عملية مستمرة ولا تنتهي بوضع الخطة وتحديد الاهداف ، بل يتبع ذلك عمليات متعددة يمكن تصنيفها الى العمليات الأتية : تنفيذ الخطة ، رقابة تنفيذ الخطة ، وهذا يعني أن الخطة (بعد الأنتهاء من صياغتها وأقرارها) ينبغي أن توضع موضع التنفيذ ، أما عملية الرقابة ، فيقصد بها بيان ما تم تنفيذه مقارنة بالنتائج المستهدفة للوقوف على طبيعة الأنحرافات الحاصلة وتحديد مقابلة النتائج المتحققة أو المتوقع تحققها بالنتائج المستهدفة ، بل تتعداها الى القيام بعمليات التحليل الشامل للبيانات المجمعة لتحسين عملية وضع الخطة الجديدة التالية .

و ـ مبدأ المرونة : ـ
يعني مبدأ المرونة أن تكون الخطة قابلة لأستيعاب المعطيات أو المتغيرات الجديدة ، أي قابلة للتعديل أو التغيير في ضوء الظروف والأوضاع والموارد المستجدة التي لم يكن من الميسور التنبؤ بها أو التأكد منها عند وضع تلك الخطة ، وينبغي أن يلاحظ أن عدم المرونة غالباً مايؤدي الى الحد من فاعلية الخطة أو التقليل من أمكاناتها.[١٦]

أنواع الخطط : ـ

تقسم الخطط الى عدة انواع وفقاً للأسس أو المعايير الأتية : [١٧]
أولاً : درجة الشمول .

ثانياً : الأجل أو المدى الزمني .
ثالثاً : طبيعة النشاط .

أولاً : أنواع الخطط تبعاً لمعيار درجة الشمول : ـ

يمثل الأقتصاد القومي نظاماً حركياً من عدة عناصر أو أجزاء ، فهو يتألف من قطاعات مختلفة (زراعة ، صناعة ، نقل ، أعلام ، ... الخ) وكل قطاع ينقسم بدوره الى فروع وكل فرع الى مؤسسات .

وتبعاً لذلك يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع رئيسية من الخطط هي : ـ

أ ـ الخطة القومية الشاملة : ـ

تتضمن الخطة القومية الشاملة الأهداف العامة لعملية التنمية الأقتصادية والأجتماعية التي يسعى المجتمع أو قيادته السياسية الى تحقيقها خلال مدة تنفيذ الخطة ، كما تتضمن هذه الخطة ، التي تتولى أجهزة التخطيط المركزية مهمة أعدادها ، الوسائل والسياسات التي يتعين الأخذ بها لبلوغ تلك الأهداف ، وعلى هذا الأساس تأتي الخطة القومية شاملة لجميع قطاعات وحلقات الأقتصاد الوطني من ناحية وجميع مجالات النشاط الأقتصادي والأجتماعي والمتغيرات أو المؤشرات المهمة فيه من ناحية أخرى .

ب ـ الخطة القطاعية : ـ

يقضي أسلوب التخطيط الشامل أن تتوزع الأهداف العامة التي تتضمنها الخطة القومية على قطاعات الأقتصاد الوطني كافة ، وعليه فأن الخطة القطاعية تغطي نشاطاً معيناً من أنواع النشاط الأقتصادي ، زراعة ، صناعة ، نقل ، تشييد ، تجارة ، أعلام ، ... وأذا كانت الخطة القومية تتسم عادة بالعمومية والشمول ، فأن الخطة القطاعية تأخذ شكلاً أكثر تفصيلاً وتحديداً ، وأقل عمومية وشمولاً بالمقارنة مع الخطة القومية ، ذلك أن الخطة القطاعية تتناول قطاعاً أو نشاطاً واحداً بمتغيراته المختلفة .

جـ ـ خطة المؤسسة أو المنشأة : ـ

بعد أن يتم توزيع الأهداف العامة على القطاعات الأقتصادية المختلفة ، يقوم كل قطاع بتوزيع أهدافه القطاعية على الفروع ثم على المؤسسات (أو المنشأت) التي تتبع له ، وعلى هذا تتضمن خطة المؤسسة أهدافاً ومهمات أكثر تفصيلاً وتحديداً

لكنها أقل شمولية بالمقارنة مع ماسبقها من خطط ، ومن هنا تعتبر خطة المؤسسة بمثابة برنامج تشغيلي ينبثق عن الخطة القومية الشاملة ويسير في نطاقها .

ثانياً : أنواع الخطط تبعاً لمعيار الأجل أو المدى الزمني : –

هناك ثلاثة أنواع من الخطط عند تصنيفها تبعاً للأجل أو المدى الزمني الذي تستغرقه الخطة ، وهذه الأنواع هي : –

أ – خطة طويلة الأجل : –

وهي خطة يتراوح بعدها الزمني بين (٥ – ٢٥) سنة وتتكفل برسم الخطوط العريضة لأتجاهات التطور الأقتصادي والأجتماعي دون التعمق بالتفاصيل ، وتكمن أهميتها في كونها الأداة التي تحافظ على مبدأ أستمرارية التخطيط .

ب – خطة متوسطة الأجل : –

وهي خطة يتراوح بعدها الزمني بين (٣ – ٥) سنوات ، وبالتالي فأنها تمثل مرحلة من مراحل تنفيذ أهداف الخطة طويلة الأجل ، ويتصف هذا النوع من الخطط بدرجة أعلى من التفصيل والتحديد سواء من حيث الأهداف أو الوسائل المستخدمة .

جـ – خطة قصيرة الأجل :

وهي خطة ذات طابع تشغيلي ، وتتضمن مهمات يتطلب تنفيذها بعداً زمنياً مقداره سنة أو أقل (نصف سنة ، ثلاثة شهور ، شهر ... الخ) ويمثل هذا النوع من الخطط ، الذي يوضع في أطار الخطة متوسطة الأجل أعلى درجة من التفصيل والتحديد والتوضيح للمهمات المطلوبة والوسائل المستخدمة لتحقيقها .

ثالثاً : أنواع الخطط تبعاً لمعيار طبيعة النشاط : –

تنقسم خطة التنمية القومية الى عدد من الخطط الفرعية يساوي عدد القطاعات الأقتصادية والأجتماعية ، وتعبر كل خطة من هذه الخطط عن طبيعة النشاط الذي يمارسه القطاع الذي تمثله ، فهناك مثلاً خطة للأنتاج الزراعية وخطة للأنتاج الصناعي ، وخطة للتشيد ، وخطة للنقل ، وخطة للأتصالات ، وخطة للتربية والتعليم وخطة للتجارتين الداخلية والخارجية ... وغيرها .

وما ينطبق على خطة التنمية القومية ينطبق أيضاً على خطة المؤسسة ، فالخطة الأجالية للمؤسسة تنقسم الى عدد من الخطط الفرعية تبعاً لطبيعة الأنشطة أو الفعاليات التي تمارسها ، فعلى سبيل المثال ، تتكون خطة المؤسسة أو المنشأة الصناعية من الخطط الفرعية الأتية : ـ

أ ـ خطة الأنتاج .
ب ـ خطة التسويق .
جـ ـ خطة الأفراد .
د ـ الخطة المالية .

مراحل التخطيط : ـ

تمر عملية التخطيط بالمراحل التالية : (١٨)

(١) تحديد الأهداف : ـ

ماذا نهدف من وضع خطة قصيرة أو طويلة المدى؟ المدير هو المسؤول عن التخطيط على مستوى المؤسسة ككل ثم تتشعب الخطط الفرعية من الخطة الأساسية ليكون واضحاً لجميع الأقسام ماتهدف اليه المؤسسة وما يجب على كل قسم عمله على ضوء الخطة الرئيسية .

(٢) تحليل الموقف : ـ

بعد أن يحدد الهدف أو الأهداف في المرحلة الأولى تبدأ المرحلة الثانية مرحلة تحليل الموقف ودراسته في ضوء المعلومات المتوفرة أو التي يمكن الحصول عليها من الجهات الاخرى ذات الأختصاص لكي يتسنى رسم صورة المستقبل التي سيجري التخطيط على أساسها .

وهنا تلعب موهبة التنبؤ دورها حين تجمع بين تقدير الموقف الراهن وتقدير المستقبل وأتخاذ الأجراءات الكفيلة لمواجهة هذه التقديرات ، وقد صدق (فايول) حين قال « قوة التنبؤ قبل حدوث الأشياء جوهر الأدارة » .

والمقصود بالتنبؤ هنا ليس الذكاء الفطري للمدير فحسب ، بل أعتماد الطرق العلمية للتقدير بالدرجة الأولى.

(٣) تحليل البدائل : ـ

بعد تحليل الموقف لابد وأن تظهر عدة طرق ومسالك يمكن أن تؤدي الى الهدف الذي قررناه أو حددناه في المرحلة الأولى، ولابد أن يكون لكل مسلك من هذه المسالك مساوؤه وحسناته ، وإن لم تكن هناك مساويء فلابد وأن تكون هناك فوائد متفاوتة او صعاب متفاوتة وقد تكون هناك مسالك أخرى غير التي تظهر لنا للوهلة الاولى وبالبحث والأستقصاء عن جميع المسالك البديلة تظهر لنا أن الطريق الذي كان خافياً عنا هو الطريق الأنسب للوصول الى الهدف أو لتنفيذ الخطة .

إن عملية تحديد البدائل لابد وأن تأخذ بنظر الأعتبار النواحي المادية وغير المادية ، أي ينبغي أن لاتخضع عملية تحديد البدائل للتحليل الحسابي فقط ، طالما كانت هناك مجالات وأعتبارات أخرى غير حسابية يمكن أن تؤثر على اختيار البديل .

(٤) تقييم البدائل : ـ

عملية تقييم البدائل تعتمد على الخبرة والتجربة وقوة التنبؤ وحسن التقدير ودقة تصوير المستقبل ، فبعد أن وضعنا أمامنا المسالك البديلة وحللناها جميعاً ووقفنا على خصائص كل منها ، علينا أن نقوم بتقييم هذه المسالك وهذه البدائل من جميع الوجوه وفي ضوء مختلف الأعتبارات .

(٥) أختيار الخطة الأساسية : ـ

نصل بعد تلك المراحل الأربعة التي مررنا بها الى المرحلة الخامسة في التخطيط هي مرحلة الأختيار أي نقطة أتخاذ القرار بشأن البديل الذي سيعتمد للتنفيذ وقد يكون بديل واحد أو بديلين ومن الجائز أن نختار أكثر من بديلين بعد التحليل والمقارنة والتقييم .

(٦) ترجمة الخطة الأساسية الى خطة تنفيذية وتتفرع هذه المرحلة الى :

هدف ← سياسة ← أجراءات ← برامج ← ميزانيات

نخلص مما تقدم الى النقاط التالية والتي هي مبادىء أساسية ولابد من أخذها

بنظر الأعتبار في تصدينا لعملية التخطيط : ـ

(١) لابد وأن تكون الأهداف من التخطيط واضحة لدينا .

(٢) يجب أن تكون هناك خطة عامة ، ثم خطط تفصيلية محددة ومرحلية .

(٣) ينبغي تفويض وضع تفاصيل الخطط النوعية الى الأشخاص الذين سيعهد اليهم بتنفيذها .

(٤) يجب أن تجيب الخطة عن أسئلة مثل لماذا ؟ وماذا ؟ ومن أين؟ ومتى؟ وكيف ؟ .

(٥) يجب أن تأخذ الخطة بنظر الأعتبار ردود فعل الآخرين .

(٦) يجب أن تأخذ الخطة بنظر الأعتبار ظروف المخاطرة وأن توضع في ضوء توقعات المؤسسة لخطط ومسارات كل من تتعامل معهم أو تؤثر على مصالحهم ، أي يجب أن تكون الخطة متناسقة مع خطط الآخرين ذوي العلاقة .

(٧) يجب أن لاتترك الخطة أي ناحية منها للصدف والحظ .

(٨) يجب أن تكون الخطة بسيطة وواضحة .

(٩) يجب أن تكون الخطة ذات مرونة تسمح بالتحوير والتكييف والتعديل .

(١٠) يجب أن تأخذ بنظر الأعتبار التكاليف وناحية التحويل قبل التوغل في تفاصيلها .

(١١) يجب أن تكون الخطة متناسقة مع التخطيط العام المركزي ومتناسقة مع الأهداف الأقتصادية والمركزية .

((المصادر))

(١) بركات ، فيصل حسين ، « دور الاعلام في الدول النامية » أطروحة ماجستير في العلوم السياسية مقدمة الى كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة ، ١٩٧١ .

(٢) صدام حسين ، « طريقنا خاص في بناء الاشتراكية » دار الحرية للطباعة بغداد . ١٩٧٩ .

(٣) حزب البعث العربي الاشتراكي . القطر العراقي التقرير السياسي الصادر عن المؤتمر القطري الثامن مطابع دار الثورة بغداد ، كانون الثاني ١٩٧٤ .

(٤) د . الشماع ، خليل محمد حسن وآخرون ، « مبادىء ادارة الاعمال » طبع بمطابع مؤسسة دار الكتب للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٠ .

(٥) لبيب ، سعد ، « أهمية التخطيط طويل المدى لخدمات الأذاعة المرئية في الوطن العربي » دراسات في الفنون الأذاعية والتلفزيونية معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني ، مطبعة الأديب البغدادية ، بغداد ، ١٩٧٣ .

(٦) د ـ خورشيد ، ماجد حميد ، « مفاهيم التخطيط الأقتصادي القومي » المعهد القومي للتخطيط ، بغداد ، ١٩٨٦ .

(٧) نفس المصدر السابق .

(٨) الموسوعة السياسية ـ أشراف عبدالوهاب الكيالي وكامل زهيري ، بيروت ، ١٩٧٤ .

(٩) د ، مكي ، محمد شوقي أبراهيم ، « المدخل الى تخطيط المدن » دار المريخ للنشر ، مطبعة نهضة مصر الرياض ، ١٩٨٦ .

(١٠) مهدي ، صبري رشيد ، « الأدارة العلمية الحديثة » مطبعة العاني ، بغداد ، ١٩٨٦ .

(١١) د ـ أسحق القطب ود . عبدالآله أبو عياش ، « النمو والتخطيط الحضري في دول الخليج العربي » الناشر وكالة المطبوعات الكويت ، الطبعة الأولى ، الكويت ، ١٩٨٠ .

(١٢) د . لبيب ، سعد ، « دراسات في العمل التلفزيوني العربي » مركز التوثيق الأعلامي لدول الخليج العربي ، السلسلة الأعلامية الرابعة ، مطبعة الدار العربية ، بغداد ، ١٩٨٤ .

(١٣) بشارة ، عايدة ، « المدخل الى التخطيط القومي » ، دار الكاتب العربي للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٩ .

(١٤) برعي ، محمد جمال ، « التخطيط للتدريب في مجالات التنمية » ، مطبعة الأستقلال الكبرى ، القاهرة ، ١٩٦٨ .
(١٥) درويش عبد الكريم ، وليلى تكلا ، « أصول الأدارة العامة » مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٦٨ .
(١٦) د . الشماع ، خليل محمد حسن وآخرون ، « مبادىء أدارة الأعمال » م . ذ . س .
(١٧) نفس المصدر السابق .
(١٨) مهدي ، صبري رشيد ، « الأدارة العلمية الحديثة » م . ذ . س .



التخطيط الإعلامي

الفصل الثاني

((التخطيط الأعلامي))

مفهوم التخطيط الأعلامي : ـ

يرتبط مفهوم الأعلام بمعناه الحديث ، بوسائل الاتصال الجماهيري الحديثة وهي الراديو والتلفزيون والسينما والصحيفة وبقية الوسائل المسموعة والمرئية والمقروئة والتي تعرف عادة بالانكليزية بأسم (Mass Media of communication) وكلمة (communication) مشتقة من الكلمة اللاتينية (communis) ويراد بها عمومية وشمول موضوع معين بين أطراف معينة لبعضها علاقة بالبعض بهدف خلق التوافق والانسجام بينهم حيث تتحول الأفكار والصور الفكرية والاحاسيس الى رموز مفهومة تستطيع وسائل الأتصال المختلفة نقلها بسهولة الى الأطراف المعينة والتي تستطيع أستقبالها وفهمها وفقاً لمكوناتها الفكرية والثقافية[1].
لم يعد هناك ادنى شك في أهمية التخطيط الأعلامي وضرورته كنتيجة لتوسع الصراع الفكري وزيادة حدته بين القوى الاجتماعية وتطور وسائل الاعلام وتعدد وظائفه ومجالات أستخدامه .

وينبغي أن نؤكد منذ البداية أن التخطيط الاعلامي ليس الا جزءً من التخطيط القومي الشامل في المجالات الدبلوماسية والعسكرية والاقتصادية وغيرها ولابد للخطة القومية الشاملة من أن تتكامل بحيث يكون التخطيط الاعلامي متشابكاً ومتفاعلا مع الخطط الاخرى المكونة للخطة القومية العليا .
وأن الخطة الاعلامية تتوجه الى الفكر والعقيدة والشجاعة والثقة ، وتستخدم الرموز بطريقة فنية تؤدي الى تحسين التفاهم أو تدمير الروح المعنوية واحداث الانقسام .

فالتخطيط الاعلامي لايتصل بالتغير المادي كتحريك الجيوش أو فرض الحصار الاقتصادي ، أو الأنضمام الى الاحلاف ، ولكنه يتصل بالتغير النفسي ، أو تفسير الأحداث تفسيراً يتوافق مع الغايات المستهدفة ، ولايهدف التخطيط الأعلامي الى تغيير الأحوال المادية وأنما الى تغيير طريقة فهم هذه الأحوال وتفسيرها[2] .

والتخطيط الأعلامي لايختلف من حيث الشكل والمضمون عن التخطيط بمفهومه العام ، وأنما يقصد به تخطيط نشاط وعمل وسائل معينة ، كالصحافة والراديو والتلفزيون وغيرها من الوسائل ، وقد قيل في التخطيط الأعلامي عدة تعريفات ، عامة ومتباينة ، منها أنه ((عملية أرادية مقصودة من العمليات الجماعية التي تقوم بها أجهزة متخصصة من أجل التنظيم وتعبئة الجهود سواء كانت جهود الأفراد والجماعات أو المؤسسات ، ولكي يتسنى للمجتمع تعبئة أمكاناته الأعلامية المادية والبشرية تعبئة كاملة للنهوض بالمسؤوليات ، وتحقيق الأهداف المرجوة))(٣).

أو يقصد به ((التطوير القائم نحو مثالية معينة ، أي بعبارة أخرى تدخل أرادي لتنفيذ وضع معين ونقله الى نموذج أكثر مثالية ، والتخطيط بهذا المعنى عمل سياسي منطلقاته ثلاثة : وضع خطة ، مشاركة شعبية في تنفيذ الخطة ، مناقشة للابعاد السياسية للخطة))(٤).

ويعرف التخطيط الأعلامي أيضاً بأنه ((توجيه نظم ووسائل الأتصال في المجتمعات النامية عن طريق جهاز مركزي لتحقيق الأهداف الأساسية للدول النامية وخاصة دعم الوحدة القومية وتعجيل ومساندة التنمية الأقتصادية والأجتماعية عن طريق أستخدام الأساليب الفنية والعلمية للاتصال طبقاً لظروف كل بلد وتعديل هذه الأساليب تبعاً لمدى القرب أو البعد عن تحقيق الهدف عن طريق المتابعة والتقييم))(٥).

وأذا أخذنا التعاريف المذكورة ودققنا محتوياتها ، نجد أن الأول والثاني يشيران الى أن التخطيط عملية أرادية لكن الأول يحددها لغرض التنظيم والتعبئة من أجل أهداف مرجوة ، بينما الثاني يشترطها لتغيير واقع قائم ونقله الى نموذج أكثر مثالية ، أما التعريف الثالث فلم يشير الى كونها أرادية أولا ، وأنما أقتصر مفهومه للتخطيط على توجيه نظم ووسائل الأتصال من أجل أهداف أساسية على حد تعبيره ، الوحدة القومية وتعجيل التنمية ومساندتها .. وواضح من التعريف المذكور أنه عبارة عن بديهيات كان قد ثبتها عدد من الباحثين ، رتبت منسقة على انها تمثل محتوى التخطيط الأعلامي في البلدان النامية .

وفي جميع الأحوال ينبغي أن تكون الخطة الأعلامية ذات أهداف أعلامية بحتة . ويذهب البعض الى القول بأن اي تخطيط اعلامي خاصة في الدول النامية يتضمن في حقيقته نوعين من الخطط هما(٦) :

أولا : خطط ظاهرة ومعلنة على الرأي العام وتنشر عبر وسائل الأعلام المختلفة ليطلع عليها الجمهور .

ثانياً : خطط سرية وخفية تتضمن أهدافاً بعيدة أو قصيرة المدى لاتسمح الظروف بنشرها أو لاترغب الدولة في الأفصاح عنها .

وسبب أنتشار مثل هذا الأسلوب في الدول النامية يعزى الى أن أية خطة أعلامية تهدف الى وتتضمن العناصر التالية : ــ

(١) اهداف الدولة الوطنية والقومية العليا .
(٢) أهداف السلطة الحاكمة وفلسفتها السياسية وغير السياسية .
(٣) طبيعة الدور الذي تتطلع الدولة الى الأضطلاع به محلياً وقومياً ودولياً .

والملاحظ أن دور رجل الاعلام كان فيما سبق يعتمد على الناحية التنفيذية فقط ولكن التطور المعاصر في العمل الاعلامي وازدياد اهميته واعتماد السلطة السياسية عليه كوسيلة لتحقيق مختلف اهدافها ، ادى الى جعل المسؤول الاعلامي الاعلى اكثر مشاركة في وضع القرار السياسي من جهة وكذلك الاعتماد عليه في وضع التخطيط الاعلامى الذى يحقق تنفيذ القرارات السياسية .

فلسفة الاعلام في العراق : ـ (٧)

ان دراسة الاعلام في اي بلد لا تنفصل عن دراسة نظامه السياسي وبنائه الاقتصادي والاجتماعي . والاعلام في العراق لا يمكن دراسته من حيث المفاهيم والاتجاهات الا من خلال اطار النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والنسق الاتصالي داخل هذا الاطار الذي يتميز بالشمول والتكامل بين جوانبه المتعددة .

فالدستور المؤقت والوثائق الرسمية الاخرى،والدستور في الجمهورية العراقية يؤكد على الاخذ بالنظرية الاشتراكية في بناء مؤسساته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية اي السعي لاقامة النظام الاشتراكي .

وكل نظام وفق هذا المنظور يتكون من العلاقات المادية (الاقتصادية) والعلاقات الاجتماعية والايديولوجية ، اي البناء التحتي والبناء الفوقي . فالبناء التحتي .. يتمثل بالقاعدة الاقتصادية ، وهي تشمل علاقات الانتاج وقوى الانتاج .

والبناء الفوقي .. يتمثل في « المؤسسات الاجتماعية وفي الوعي الاجتماعي بعنصرية الايديولوجي والسايكولوجي » وبعبارة أبسط فانه يتمثل في الاراء والافكار الفلسفية والسياسية والقانونية والدينية والفنية للمجتمع .

ويتحدد دور الاعلام في العراق بحكم كونه جزء او احد عناصر البناء الفوقي للمجتمع ، ضمن اطار النظام القائم ، اي النظام الذي يتجه الى الاشتراكية ، وذلك لان البناء الفوقي للمجتمع ليس سلبياً او حيادياً تجاه مصير قاعدته بل ان البناء الفوقي ، تخلقه قاعدته الاقتصادية من اجل ان يخدمها ويساعدها بجد ونشاط على التكوين وتوطيد ذاتها .

ولهذا نرى انه لاتوجد مؤسسات اعلامية خاصة في النظام الاشتراكي وانما هي تخضع للملكية العامة للدولة او المنظمات الحزبية او المهنية او النقابية ويتحول الاعلام الى جانب كونه جزء من البناء الفوقي المتمثل بالمؤسسات السياسية والاجتماعية والقانونية والثقافية الى اداة للتعبير عن مضمون هذا البناء وتشكيله ودوره في خدمة القاعدة الاقتصادية التي تمثل الملكية العامة ابرز سماتها . وفي ضوء هذا الاطار الفكري حددت القيادة السياسية في العراق مفهومها للاعلام ومضمونه ووظائفه ، عبر الوثائق والادبيات الفكرية التي اصدرتها بعد عام ١٩٦٨ .

فقد اشار التقرير السياسي الصادر عن المؤتمر القطري الثامن الى ان ((مهمة وضع مقدمات الانتقال الى الاشتراكية يتطلب نشاطاً فكرياً متطوراً وخلاقاً لتأشير حدود كل وجه من اوجه هذه المهمات))(٨) وذلك انطلاقاً من ان فعالية وعمل اي سلطة سياسية ، خاصة في النظام الاشتراكي تتوقف على عاملين اساسيين هما :

(١) التوجيه الايديولوجي الذي تمارسه في مجالات نشاطها في طريق نظرته العلمية وتنظيمه وتطويره .
(٢) الاتساع والتحسين المستمر لديناميكية الاتصال الاعلامي الحيوي مع الجماهير الذي يتم بواسطته التعرف على اتجاهاتها وهو امر جوهري في اي نشاط فكري .

وهذا يعني ان الاعلام في اطاره العام من وجهة نظر القيادة السياسية في العراق لابد ان يتحول كمفهوم ومضمون ووظيفة الى اعلام اشتراكي ، وبالتالي لابد ان تتحول ممارسته المرحلية والاستراتيجية الى مزيج من الدعاية والتوجيه والتربية والتعليم والتثقيف كي يستطيع ان يواكب تطور :

أ ــ القاعدة الاقتصادية للنظام الاقتصادي .
ب ــ والبناء الفوقي ومؤسساته السياسية والاجتماعية والقانونية وان يمارس دوره كاداة للتعبير عن مضمونها وتأكيد محتواها ، كيفما تكن القاعدة يكن البناء الفوقي ولن يستطيع ان يجسد غير اهدافها التي تقتضي دعم الملكية العامة ورفض التمايز الطبقي وتطوير الوعي الاجتماعي للجماهير والمساواة والتكافؤ

وممارسةدور الرقيب الشعبي على المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية اثناء تأدية وظائفها .

ومن هنا يتحدد الموقف من الاعلام على اساس : ـ

١ ـ الاعلام .. جزء من البناء الفوقي او اداة تعبير عن مضمون هذا البناء وقاعدته ، بالكلمة او الصورة او المطبوع .
٢ ـ ومضمونه .. الفكر الاشتراكي العلمي ، كتعبير عن الثقافة القومية التقدمية والقيم الديمقراطية والوطنية .
٣ ـ ووظائفه .. ان يمارس دوراً طليعياً وتقدمياً على النحو التالي : ـ
أ ـ في عملية التغيير والتطور الثوري داخل المجتمع .
ب ـ وكاداة نشيطة من ادوات نشر فكر الثورة وبرامجها .
ومن ثم تتحدد مجالات نشاطه وفعاليته على اساس مضمونه ووظائفه :

١ ـ فلسفياً .. التزامه بالنظرية الاشتراكية فكراً وعملاً .
٢ ـ سياسياً .. معاداته للاتجاهات التي تتناقض مع تطوير القاعدة الاقتصادية للنظام الاشتراكي .
٣ ـ قانونياً .. دعمه للقوانين والتشريعات التي تساعد على دعم النظام القائم وتنظيم علائقه وترسخ قاعدته وتطورها .

وهذا ما اشار اليه التقرير السياسي واكد على ان المرحلة المقبلة يجب ان تشهد الولادة الحقيقة والكاملة للاعلام الثوري ، وحدده كذلك ميثاق العمل الوطني عندما اكد بأن ((المرحلة الراهنة تشترط الاطارات والمهات التالية في حقول الثقافة والفنون والاعلام :

١ ـ ان اعلام الثورة وثقافتها وفنونها هو الذي ينطلق من النظرة القومية الديمقراطية الاشتراكية المتفاعلة مع الثقافة الانسانية عامة والتقدمية خاصة .
٢ ـ النضال الحازم والواعي ضد الافكار والنظريات والتيارات والاساليب التي تروج للطائفية والشوفينية والعنصرية والاقليمية وروح الانهزام .
٣ ـ الحفاظ على التراث العربي واستكشاف كل المعاني الانسانية والتقدمية فيه ونشره بين الجماهير والعالم .
٤ ـ توفير الامكانيات لبناء مؤسسات راقية للثقافة والفنون والاعلام .
٥ ـ النضال ضد النظرة السلبية الى العمل الثقافي والفني والاعلامي .

ان كل هذه المؤشرات تشير بشكل واضح الى مفهوم الاعلام واتجاهاته بالنسبة للقيادة السياسية في العراق ، وان الاعلام لن يستطيع أن ينسجم او يتلاءم مع الاساس الاقتصادي الا عندما يكون انعكاساً له ومتى ماحصل الانفصال او الخلل في التوازن بين الخطين الاقتصادي والفكري يعني تعريض مستقبل التقدم الى خطر جدي ومسؤولية الاعلام تتحدد هنا بضمان التوازن والتعبير عنه بالضرورة ، كونه جزء من البناء الفوقي اولاً وعبر قيادته للنشاط الفكري ثانياً .

وليس هناك ما يمنع الاعلام من ممارسة هذه المسؤولية خاصه اذا درس وخطط له بطريقة ديناميكية وعلمية ، لان الاعلام في العراق ومؤسساته تتسم بالملكية العامة ، وأدارتها تتم من خلال المنظمات السياسية والمهنية والنقابية ووظائفها موضوعة في خدمة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي للمجتمع .

وقد حظي قطاع الثقافة والاعلام برعاية متميزة من قيادة الحزب والثورة ، كما حظي بمتابعتها المستمرة لسير تطوره وتوجيهها الدائم لتحسين أساليب عمله .. بل، لقد حظي هذا القطاع برعاية مباشرة من قبل الرفيق القائد صدام حسين ، لما لهذا القطاع من اهمية في حياة الثورة والمجتمع ولما لدوره من تأثير مباشر على افكار المواطنين وتوجيهاتهم .. وفي الواقع فأن قطاع الثقافة والاعلام يعتبر من أكثر القطاعات الاجتماعية اتصالا مباشراً ـ بحياة الناس وببرامج الحزب والثورة وبسياستها على مختلف الاصعدة وكان ولايزال ساحة صدام رئيسية ... ويومية مع الثقافات والاتجاهات الفكرية المعادية والغريبة على فكر الحزب والثورة وتراث الامة العربية وأداة هامة من ادوات التعبئة الجماهيرية حول الحزب والثورة ووسيلة لنشر الثقافة بين صفوف الجماهير وتعميق وعيها السياسي وارتباطها النضالي بالاهداف القومية والوطنية .

وأن باستطاعتنا أن نقول أن الحزب والثورة قد امتلكا الى مستوى مرضي اجهزتها الثقافية والاعلامية الملتزمة بخطها واهدافها التزاماً قوياً وصادقاً .. وعلى صعيد التوسع الافقي اصبح قطاع الاعلام والثقافة يغطي مساحة واسعة من الحقول والاختصاصات اما في الجانب الابداعي فقد ازدهر العديد من الانشطة الثقافية والاعلامية ، وعلى الاخص الفنون الموسيقية والغنائية والمعارض الفنية ومهرجانات الشعر ، وكان للصحافة والاذاعة والتلفزيون وحركة النشر دور واضح في تعبئة الجماهير خلال فترة الحرب ضد نظام خميني ، وفي رفع المعنويات وادامة روح النصر وكسب التأييد لعدالة القضية التي يقاتل شعبنا من أجلها[٩] .

ووسائل الاعلام بشكل خاص حظيت برعاية واهتمام كبيرين من الرئيس القائد المناضل صدام حسين (حفظه الله) وبشكل مباشر لكي تؤدي مهامها بالشكل

الصحيح والمخطط له ، يقول القائد «لكي تؤدي وسائل الاعلام مهامها بشكلها الصحيح فأنها بحاجة الى رعاية كبيرة .. أننا مطالبون بأن نبصرها ، وان نتعامل معها وننقدها في حالة الخطأ وكذلك نمدها بوسائل القوة والتطور لكي تقوم بدورها في التوعية وفي الرقابة وبالاتجاه الصحيح»[١٠] .

الاعلام والتنمية (في العراق)[١١]

يستطيع الاعلام أن يخدم ويرشد ويوجه عملية التنمية اذا توفر له عدد من المستلزمات والظروف الموضوعية بواسطة تطوير وعي الناس ومعلوماتهم عن طريق التوعية السياسية والثقافية والتوعية أيضاً بالعملية الانتاجية .

واذا تتبعنا علاقة الاعلام بالتنمية سنجد أن المعرفة التي يكتسبها الانسان من خلال ممارسته ونشاطه اليومي تستوجب بالضرورة أن يتبادل المعلومات مع الاخرين ويتفاهم معهم لتنظيم وتطوير علاقاته ومن ثم تعيين اهدافه واساليبه ومع ان المعرفة هي نتاج الممارسة (انعكاس للواقع المادي) فأنها شرط لازم للتأثير في هذا الواقع ، فمن ميزات المعرفة الانسانية استيعاب وتمثل التجربة الانسانية على مدى التأريخ البشري، والصلة بين الفكر والعمل ماهي الا تعبير عن التفاعل بينها ، وتأثير كل منها في الاخرى فالمعرفة ليست هي عنصر منفصل عن الواقع المادي ، بل نتاجه وبقدر ما يغني النشاط ، العمل (الممارسة) المعرفة الانسانية تغني المعرفة هذا النشاط وتقويه .. هذه العلاقة هي التي تحدد لنا شكل الصلة بين الاعلام كتعبير عن النشاط الفكري ، والتنمية كتعبير عن النشاط العملي في الواقع المادي ، هذه الصلة أو العلاقة بين الاعلام والتنمية هي من نوع العلاقات العضوية المتفاعلة والمتداخلة من بداية العملية حتى نتائجها ، الى درجة يصعب معها وضع تعريفات معينة ومحددة للاعلام أو التنمية ، خاصة في البلدان النامية دون أن يأخذ احدهما من سمات الآخر وشروطه ، فالتنمية ليست مجرد احداث التراكم في القطاعات الاقتصادية ، وانما هي تستهدف وتقتضي التأثير في سلوك الفرد أو الجماعة ، فكما أن الهدف منها خدمة الجميع فلا بد من ان يتقبلها هذا المجتمع ويساهم فيها .

ومن الضروري أن ينظر للاعلام من خلال الصلة والعلاقة بينه وبين المحتوى الاجتماعي لعملية التنمية بوصفه احد العوامل الكثيرة التي تؤثر في الافراد والسلوك الاجتماعي ، بل أن الاعلام يعتبر اساسياً لكل عملية اجتماعية فهو في الحقيقة تفاعل المجتمع مع نفسه .

وللعلاقة بين الاعلام والتنمية انعكاساتها في اتجاهات التنمية ومفاهيمها في بعض البلدان النامية بصورة عامة وفي العراق بصورة خاصة ، فمفهومها لايقتصر على التنمية الاقتصادية فحسب ، بل يشمل مجمل حركة المجتمع وتغطية جميع جوانبه الاجتماعية والثقافية والعلمية ولتغطية مجمل ميادين البناء الشمولي للانسان والمجتمع ، وان مايميز تجربة العراق التنموية عن التجارب التنموية للدول النامية وحتى النفطية منها هو أن التراكم الاشتراكي لم يرتبط بأيرادات النفط للمدى البعيد الذي ينضب فيه النفط وأنما سيكون الناتج الصناعي والزراعي وميادين الانتاج الاخرى هي البديلة عن ايرادات النفط وهذا يؤكده قائد مسيرة البناء الاشتراكي الرفيق صدام حسين في قوله « اما القيمة الأساسية والتأريخية لعملية التنمية والبناء الاشتراكي في العراق فلا تكمن في ما تحققه من تقدم ورفاهية لجماهير الشعب في هذه المرحلة فحسب ، وأنما تكمن في افاق المستقبل .. فعندما ينتهي النفط او يتحول العالم الى بديل آخر للطاقة ، لن تترك أرض العراق خراباً وأنما ستكون أرضاً مزدهرة تغطيها الزراعة المتطورة والتقدم العلمي الشامل ، كما تقوم فيها الصناعة المتطورة من صناعة الابرة الى الاستخدام المتطور للذرة للاغراض السلمية بعون الله »(١٣) والاعلام في العراق لن يستطيع العمل وتأدية دوره الا اذا استطاع ان يعكس حركة المجتمع الذي يوجد فيه ، لان فلسفة كل دولة ، السياسية والاقتصادية والاجتماعية تحدد حجم وسائل الاعلام ومهمتها ومضمونها وليس من شك أن هناك أكثر من دور ومهمة يستطيع أن يؤديها الاعلام لاجل التنمية وفي مقدمتها التأكيد على قيمة إنسانية الانسان ، لان الانسان ليس هو مركز عملية التنمية وهدفها فقط وانما هو أيضاً المحرك الوحيد ، ان هذه الاهمية التي يكتسبها الاعلام ناتجه عن التطور الكبير الذي حدث في وسائله والذي اتاح له ان يتحول الى قوة عظيمة لها تأثيراً غير محدود على مختلف نواحي الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية ، ومن ثم تحول الى سلاح هام يستخدم في جميع المجالات الانسانية والى جانب هذا فهو اساساً جزء من النظرية الاتصالية ويمارس من خلال وظائفه مثل الاخبار والتوجيه والترفيه ، واشكاله مجتمعة مثل الدعاية والتحريك والتحكم في الرأي العام وغير ذلك ، دوراً ايديولوجياً مهماً في التعجيل ببرامج التنمية وتهيئة الشروط الموضوعية لتنفيذها وتقويمها وتحديد اتجاهاتها من خلال التوعية السياسية والثقافية والاجتماعية ، والتي يمارسها بحكم كونه اداة تعبير عن البناء الفوقي ، المتمثل بالمؤسسات السياسية والثقافية والقانونية وكونه قائداً للنشاط الفكري من خلال جمع المعلومات ودراستها ومعالجتها ونشرها .

متطلبات التخطيط الأعلامي : ـ

التخطيط للأعلام كأي تخطيط أخر يقتضي توفر عدد من الامور الأولية قبل وضع الخطة ، من ذلك مثلاً .

١) الأحصاءات والمعلومات والدراسات والبحوث .
٢) كادر فني متمرس قادر على تنفيذ الخطة .
٣) هيئة مركزية متخصصة لها القدرة الفنية على صياغة الخطة وأتخاذ قرار تنفيذها ومتابعتها أيضاً .

وليس في مقدور أي مخطط أن يضع أو يصمم خطة دون توفرها مسبقاً ، التخطيط هو التنبؤ بالمستقبل ، لكنه مبني على وقائع ومعلومات مادية وليس تنبؤاً مبنياً على التنجيم والعرافة ، وانما هو تنبؤ معلل علمياً ، ودون تهيئة المعلومات عن هذه الوقائع ، ودون أن تكون مؤكدة علمياً وواقعياً ، لن يمكن وضع تخطيط سليم ، تخطيط يسمح بالتنبؤ بنتائج المستقبل .

١) الأحصاءات والمعلومات والبحوث الأعلامية : ـ

أ ـ الأحصاءات : ـ

أذا نظرنا الى الأحصاءات المتوفرة في العراق عن الأعلام ووسائله وملحقاته فلن نجد فيها الا النزر اليسير ، وخاصة الأحصاءات التفصيلية عن أذاعة بغداد وصوت الجماهير وتلفزيون بغداد ، ومحطات المحافظات ، والأحصاءات المتوفرة هي إحصاءات كمية .

كما لانجد إحصاءات تفصيلية عن حركة توزيع الكتب من حيث مصادرها العراق أو المنطقة العربية أو حسب موضوعاتها ، اجتماعية ، سياسية ، أقتصادية ، ثقافية عامة ... الخ ، علماً بأن الأرقام تشير الى أن القارىء العراقي قارىء جيد للكتب والشيء نفسه يمكن أن يقال عن بقية وسائل الأعلام حيث لاتتوفر المعلومات التفصيلية عنها ، وهذه الأحصاءات لها أهمية كبيرة لوضع أي تخطيط أو خطة أعلامية .

ب ـ المعلومات : ـ

والى جانب الأحصاءات لابد من توفر المعلومات ، وخاصة تلك التي تتعلق بالتطور المادي والفكري وتطوير شخصية الانسان الذي يمثل محور العملية الاعلامية ، وتخطيط الاعلام بدون توفر المعلومات عملية غير مجدية وغير علمية . ان صلاحية الاعلام الموجه الى جماهير وسائل الأتصال تعتمد على المعلومات الوافية من جماهير هذه الوسائل وعنها ، واذا أريد أن يكون نافعاً فلابد أن يكون مبنياً على الحقائق لاعلى الحدس والتخمين ، وتوفر المعلومات عن النظام الاجتماعي السائد وعن التطور الاجتماعي وأهداف النشاط الأنساني والقوانين التي يعمل بموجبها المجتمع وتحديد طبيعة تكوينه والمعلومات عن تقييم النشاط الجماعي للناس ، وكذلك المعلومات عن الأفكار والمعتقدات والمعايير الأخلاقية وعلاقات الناس فيما بينهم إضافة الى القوى الأقتصادية والسياسية والأجتماعية المسيطرة في المجتمع ، جميع هذه المعلومات وغيرها تعتبر شرطاً لازماً لأي تخطيط أعلامي يمكن وضعه ، وبدونها يتحول التخطيط الى ضرب من ضروب الخيال .

جـ ـ البحوث الأعلامية : ـ

وتمثل البحوث الأعلامية مطلباً ملحاً للتخطيط الأعلامي الى جانب الأحصاء والمعلومات وبخاصة مايتعلق بدراسة أتجاهات الجماهير وسلوكها وعاداتها الأتصالية ، وكما يقول شرام : ليس البحث سوى وسيلة من وسائل متعددة تزود وسائل إتصال الجماهير وقادة التنمية القومية بمدى تجاوب الجمهور والأثار التي وقعت عليه ، ولعل نفعه الخاص بالمقارنة بالوسائل الأخرى هو أنه ثقة يعول عليه كما انه بمقدرة بحوث الأتصال أن تظهر الفعالية الأساسية للجماهير من حيث أن عملية الأتصال هي التي تعطي شكلاً وكياناً ومعنى للمجتمع والى جانب ذلك فأن بحوث الأعلام لم تعد تلك التي تقتصر على عنصر واحد من عناصر الأعلام وأنما لابد أن تتناول الموقف الأعلامي المتكامل والذي يحوي عناصر متعددة ومترابطة كالمرسل والوسيلة والمستقبل والرسالة ذاتها وخصائص الجماهير ومقومات الأعلام والأتصال بها .

(٢) كادر فني متمرس قادر على تنفيذ الخطة : ـ

يمثل وجود الكادر الفني وتوفره احد المتطلبات الرئيسية للتخطيط الاعلامي وليس من شك في ان نجاح اي خطة يتوقف الى حد كبير على كفاءة الكادر وثقافته وقدرته على العمل .

والتخطيط الاعلامي يحتاج الى نوعين من الكادر : ـ

أ ـ كادر فني تكنيكي ، قادر على تشغيل وسائل الاعلام وصيانتها وهذا يدخل في اطار خطة توفير الكادر الفني في نطاق التنمية واحتياجاتها .

ب ـ كادر فني اعلامي ، متدرب ومتخصص في اعداد المادة الاعلامية في الصحافة او الراديو او التلفزيون والمجالات الاعلامية الاخرى . النوع الاول لايدخل في اختصاص المخطط من حيث تدريبه وتهيئته وانما تقدير حجمه فقط ، اما النوع الثاني فهو ما يجب تخطيط كيفية تهيئته واعداده .

ومن اولى الشروط التي لابد ان يمتلكها الكادر الاعلامي القدرة على نقل الخطط الاعلامية الى وقائع يومية يعيشها القارىء مع صحيفته والمستمع مع اذاعته والمشاهد مع تلفزيونه . ولعل التربية الايدلوجية للكادر الاعلامي وتوجيه تفكيره وسلوكه توجيهياً انسانياً يمثل شرطاً اساسياً مسبقاً اذا اريد لاي تخطيط اعلامي ان يعطي مردوداً ايجابياً على مستوى التأثير في الجماهير وقيادة نشاطها الفكري .

لذلك لن يستطيع المخطط الاعلامي ان يسقط من حسابه الكادر الاعلامي عند وضعه لاي خطة . فوجود الكادر يمثل مطلباً ملحاً واساسياً ، ولا يمكن ان يتم هذا الا عن طريق العناصر الملائمة ووضع خطة لتدريبها على النوعيات المختلفة للعمل الاعلامي وعلى مستوياته وفروعه كافة .

(٣) هيئة مركزية متخصصة :

تبرز الى جانب المعلومات والاحصاءات والكادر اهمية وجود هيئة تخطيط مركزية ، كأحد المتطلبات اللازمة والضرورية لانجاز اي خطة قصيرة المدى او متوسطة او بعيدة المدى .

وبالتأكيد فإن هذا الشرط ليس مسألة ثانوية وانما يمثل مطلباً رئيسياً الى جانب أهميته :

اولاً : ـ لان التخطيط اسلوب علمي للتنبؤ بنتائج العمل الاجتماعي المقبل وبمستقبل العلاقات الاجتماعية .

ثانياً : ـ لان التخطيط يحتاج الى جهود ضخمة وخبرات متنوعة في الوقت ذاته خبرات تمثل اختصاصات ، ذات قدرات فنية عالية في اساليب التخطيط وطرقه .

ثالثاً : ـ لان التخطيط لا يعني فقط التنبؤ ، وانما هو قيادة وادارة ، قيادة النشاط الاجتماعي وتوجيهه ، وادارة العملية التخطيطية وخصوصاً في مراحل التنفيذ وهذا يقضي ليس بوجود هيئة تخطيط مركزية فلابد أن تتوفر مقومات معينة واساسية في هذه الهيئة اي لابد ان تمتلك : ـ

أ ـ خبرة في التخطيط والعمليات التخطيطية .
ب ـ قدرة على وضع الخطة ورسمها .
جـ ـ ثقة في اقرار نتائجها .
د ـ نظرة علمية لكيفية تصميمها .
هـ ـ ان تكون على صلة بالنشاط الاجتماعي العام والنشاط الاعلامي بشكل خاص ، وعلاقة كل منها بالاخر .

وذلك لان التخطيط الاعلامي هو تنظيم ثم سياسة ، وخطة تربط التنظيم بتلك الأهداف التي تعبر عن جوهر السياسة ، وتحدد بالتالي نطاق التحرك سواء في المستقبل القريب أو المستقبل البعيد ، وأهمية وجود هيئة تخطيط مركزية ، تنصب بصورة اساسية على ضمان تحقيق الترابط والعلاقة بين النشاط الاجتماعي واهدافه في اطار سياسة عامة ومحددة . لذلك لابد من ان يراعى عند تشكيل هيئة تخطيط مركزية لتخطيط الاعلام مايلي : ـ

١ ـ تمثيلها للاختصاصات العلمية والخبرات الفنية في حقل الاعلام والعلوم ذات العلاقة بالنشاط الاجتماعي عامة والنشاط الفكري خاصة .
٢ ـ ان تعطى سلطة وضع الخطة الاعلامية ، واقرار تنفيذها في اطار ايديولوجية السلطة السياسية والنظام السائد .
٣ ـ تمكينها من الحصول على المعلومات المطلوبة والفردية لوضع وتصميم الخطة العملية .
٤ ـ توفير الامكانات المادية والفنية للهيئة التي تتطلبها عملية انجاز الخطة .
٥ ـ تخويلها حق اختيار الوسائل والاساليب والكادر الذي تحتاجه الخطة واقرار استخدامها .

لذلك فإن التأكيد على اهمية التخطيط لم يعد يثير الاهتمام بقدر التاكيد على كيفية وضع خطة ناجحة ومتكاملة ، وهذه هي وظيفة هيئة التخطيط المركزية للاعلام .

خطوات التخطيط الاعلامي : ـ[١٤]

ليس التخطيط الاعلامي عملية مجردة من محتواها وعلاقتها كما انها لاتتم في فراغ ، لذا لابد من تحديد خطواتها في اطار الواقع القائم والاحتياجات والامكانات المتوفرة ، والعلمية التخطيطية عموماً تقتضي تحديد عدد من الخطوات قبل البدء في وضعها وفي مقدمتها :

(١) تحديد الاهداف .
(٢) تحديد الوسائل .
(٣) تحديد الاساليب .

(١) تحديد الاهداف : ـ

ان اول خطوة في العملية التخطيطية هي تحديد الاهداف ، وبالتأكيد فإن الامر ليس سهلاً وانما يستوجب معرفة مستوى التطور المادي والفكري للمجتمع ، ومستوى العلاقات الاجتماعية السائدة والسلوك الاجتماعي تجاه العادات والمتقدات والافكار ومدى الالتزام بها .

ان تحديد الاهداف عملية معقدة وصعبة تقتضي التعرف على مجمل الوضع الاجتماعي والوضع النفسي والخط السلوكي والبناء الفكري للناس ، وتحديد الاهداف هو تحديد درجة احتياج المجتمع الى قضية ما ، ومستوى هذه الحاجة عند مقارنتها مع الحاجات الاجتماعية الاخرى .

وتحديد الاهداف لايقتصر على اهداف عامة ومجردة وانما يقتضي النظر اليها من حيث الاهداف النوعية والكمية والاهداف المحددة والمرنة والاهداف الرئيسية والثانوية ومميزات كل منها :

أ ـ الاهداف النوعية والكمية : ـ

الاهداف النوعية هي تلك الاهداف التي لايمكن قياسها رقمياً مثلاً يأخذ المخطط بنظر الاعتبار دعم الاتجاهات الحديثة في كتابة القصة أو الشعر الحر ، ودعم المواهب الموسيقية الجديدة ، او دعم السلوك الجماعي او تشجيع الاغنية الخفيفة والقصيرة ، او دعم المسرح الحديث بواسطة البرامج والمواد الاعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام من أذاعة وتلفزيون وصحافة او وكالة أنباء .. اما الاهداف الكمية فهي تلك الاهداف التي يمكن قياسها رقمياً مثلا عدد الاميين الذين استطاع

التلفزيون أن يعلمهم القراءة والكتابة ، او عدد الافلام التسجيلية عن خطط التنمية التي يقدمها ، او عدد الاخبار التي تبثها الوكالة ، او عدد المواضيع التي تنشرها الصحافة .

ب ـ الاهداف المحددة والاهداف المرنة : ـ

اما الاهداف المحددة فهي تلك التي يمكن التنبؤ بها بواسطة القياس الكمي المحدد ، كأن يضع المخطط في حسابه عقد كذا دورة للعاملين ، أو اجراء كذا تحقيق وندوة عن الجمعيات الفلاحية ، أو القيام بكذا زيارة للمعامل وتقديم كذا ندوة عن خطط وبرامج التنمية ، اما الاهداف المرنة فهي تلك التي لايمكن تحديدها وانما توضع داخل حدود دنيا وعليا ، كأن يقول بأن المساحة الزمنية لبرامج الترفيه في الاذاعة يجب أن لاتزيد عن ٥٠٪ ولا تقل عن ٣٠٪ وهكذا في ما يتعلق للاهداف ، مثلا الاحاديث الاذاعية او التلفزيونية والمقالات الصحفية . فتحدد مثلا نسبة اللغة الفصحى فيها بـ ٤٠٪ ويشترط أن لاتزيد عن ٦٠٪ او ان نسبة اخبار الزراعة والصناعة تحدد بما لايقل عن ٢٠٪ ولا تزيد عن ٤٠٪ وهكذا في ما يتعلق بالاهداف العامة والخاصة التي ينبغي تحديدها .

جـ ـ الاهداف الرئيسية والاهداف الثانوية : ـ

لابد من تحديد الاهداف الرئيسية والاهداف الثانوية المشتقة منها ، ان تحديد الاهداف الرئيسية في أي تخطيط وخاصة التخطيط الاعلامي ، لايعني استثناء الاهداف الثانوية والوسيطة وأنما يعني تحديد مجال عمل الاعلام ومؤسساته في خلال فترة زمنية ولذلك لايكفي تقرير الاولوية العريضة للاتصال ، بل لابد أن تكون اولويات داخل الاتصال ذاته .

٢ تحديد الوسائل : ـ

بعد تحديد الاهداف لابد أن يقوم المخطط الاعلامي بتحديد الوسائل التي ينوي استخدامها في تنفيذ خططه ، أخذاً بنظر الاعتبار عدداً من الظروف الموضوعية التي يتسم بها الواقع الاجتماعي وبشكل خاص البناء الفكري والثقافي للجماهير على اختلاف فئاتها ومستوياتها .

ان التخطيط الاعلامي أياً كان ، طويل المدى او متوسط المدى أو قصير المدى ليس مقصوداً لذاته ، بل الغرض منه تحقيق اهداف معينة كتنسيق عملية جمع المعلومات وتنظيمها وصياغتها واعادة بثها وقيادة النشاط الفكري الاجتماعي ، والتخطيط يتميز عموماً وفي البلدان النامية على وجه التحديد بخصائص منها .

أ ـ ارتباطه بمستوى تطور الجماهير الفكري والمعرفي .
ب ـ مستوى العلاقات الاجتماعية السائدة والاسس التي تحكمها .
جـ ـ مدى تأثير المؤسسات والاسس التي تحكمها
د ـ مدى تأثير المؤسسات السياسية وفي مقدمتها السلطة السياسية على الجماهير .

ولكل عامل من هذه العوامل تأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة على كيفية اختيار الوسائل ونوعيتها ، بل هي تفرض بالضرورة على المخطط الاعلامي أن يتمعن جيداً في وسائله المتوفرة ويقرر أيّها أكثر فعالية وأقدر على التأثير في الجماهير وتحقيق الاستجابة لديها من غيرها .

إن تحديد الوسائل يقتضي قبل كل شيء معرفة الوسائل المتوفرة ، ومعرفة امكاناتها أيضاً ، ثم انه يقتضي أيضاً التعرف على الوسائل التي يمكن استخدامها .

وظروف البلدان النامية وماتمتاز به تفرض هي الاخرى على المخطط الاعلامي أن ينتقي وسائله بصورة محكمة من حيث الفاعلية والتأثير وتحقيق الاستجابة لدى الجماهير .

(٣) تحديد الاساليب : ـ

التخطيط الاعلامي ليس فقط تحديد الاهداف والوسائل وانما يحتاج الى تحديد الاساليب أيضاً ، فكثيراً ماوضعت أهداف عملية واستخدمت وسائل متقدمة ، الا أن النتائج كانت سلبية ، فالاعلام يتميز عن النشاطات الاجتماعية الاخرى بكونه يتعامل بالكلمة والفكرة ، وينفذ الى الشعور والعواطف والرغبات ، ومجاله الجماهير وغرضه اقناعها وقيادة نشاطها الفكري .

وتحديد الاساليب يهدف اساساً الى ضبط عملية التعامل بين الاعلام وجماهيره لانها لاتمثل كماً هلامياً وانما هي كماً فاعلا واعياً يتميز بحركته وفعاليته ونشاطه الفكري والعضلي ، ويملك القدرة على تمييز المعطيات الايجابية والسلبية ، وتمثل تجربته التأريخية والتراث الفكري الانساني . أن التركيب الاجتماعي غير المنسجم للجماهير (عمالاً ، فلاحين ، برجوازيين وفئات اخرى) والتفاوت في المعلومات

(أميون ومتعلمون ومثقفون) ينعكس على العملية الاعلامية ذاتها ، وأن انتشار المعلومات والافكار وتبادلها بين الناس لايتخذ شكلا واحداً او نموذجاً واحداً ويجب أن يؤخذ بتعدد الاساليب في اي عملية اعلامية ، ويفترض ايضاً دراسة الواقع الاجتماعي والسيكولوجي للجماهير وكذلك دراسة اهتماماتها ومصالحها وأتجاهاتها فضلا عن التعمق في أدوار هذه الاتجاهات لاكتشاف جذورها وامكانية تشجيعها اذا كانت مفيدة او تعديلها وتغييرها اذا كانت ضارة ، وفي ضوء ذلك يمكن التعرف على الاساليب الاعلامية الممكنة ومدى تأثيرها على الجماهير ، اذ أن العبرة ليست في ما يتاح ويتوفر للاعلام من امكانيات مادية ومعنوية ، وأنما تكمن في قدرة اجهزة الاعلام ومؤسساته على الاستفادة من هذه الامكانيات في الوصول الى تحقيق اهداف التخطيط الاعلامي .

أن التعرف على الاساليب الاعلامية السليمة وتحديدها يمثل خطوة اساسية ومكملة للعملية التخطيطية ويمهد للقيام بجميع المهام الملقاة على الاعلام وبشكل خاص في مراحل التنمية ووضع الخطط الاعلامية على مستوى بعيد المدى او متوسط المدى او قصير المدى .

اسس التخطيط الاعلامي :(١٥)

أن أية خطة اعلامية لابد أن تأخذ بنظر اعتبارها مايلي : ـ

(١) الاحاطة بالامكانيات المتوفرة لتنفيذ الخطة الاعلامية والوصول الى الهدف المطلوب وهذه الامكانيات تشمل الاجهزة الميكانيكية والعناصر البشرية اللازمة لاداء العملية اضافة الى القدرات المادية المتوفرة .

(٢) قياس ودراسة اتجاهات الرأي العام في الداخل والخارج ، بهدف التعرف على الاتجاهات المعارضة للآراء والمواضيع التي تطرحها وسائل الاعلام وكذلك قنوات التأثير والوصول الى الرأي العام .

(٣) وضع ظروف السياسية الدولية والخارجية موضع الاعتبار عند تنفيذ العملية الاعلامية .

(٤) أن ينصرف تنفيذ العمل الاعلامي للتطبيق ضمن الميادين التالية .

ا ـ الميدان السياسي:أو فيه يتم تنفيذ الخطة الاعلامية وفقاً لما تم التوصل اليه من معلومات حول الاوضاع السياسية القائمة وأتجاهات الرأي العام في الداخل والخارج وفي المحافل والمنظمات الدولية .

ب ـ الميدان ، جتماعي : وتوضع الخطة الاعلامية هنا وفقاً للاوضاع الاجتماعية السائدة وطبيعة التركيب الاجتماعي ومدى تجاوبه وتأثره بالاجهزة الاعلامية عند ادائها لوظيفتها .

جـ ـ الميدان النفسي: او فيه يجب أن توضع الخطة الاعلامية بناء على الدراسات والبحوث التي اجريت حول اوضاع الجمهور النفسية والسلوكية واساليب استمالته والتأثير عليه لتحقيق الاهداف المرسومة .

((المصـــادر))

(١) بركات ، فيصل حسين ، « دور الأعلام في الدول النامية » م ـ ذ ـ س .
(٢) د ـ أمام ، أبراهيم « الاعلام والأتصال بالجماهير » ، مكتبة الانجلو المصرية الطبعة الثانية ، ١٩٧٥ .
(٣) نفس المصدر السابق .
(٤) د . حامد ربيع ، « الحرب النفسية في المنطقة العربية » ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٤ .
(٥) رمضان حسن مبارك ، « التخطيط الاعلامي في الدول النامية » ، رسالة ماجستير كلية الأعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٧٦ .
(٦) بركات ، فيصل حسين ، « دور الأعلام في الدول النامية » ، م ـ ذ ـ س .
(٧) محسن ، حميد جاعد ، « التنمية والتخطيط الاعلامي في العراق » ، دار الرشيد للنشر ، بغداد ، ١٩٧٩ .
(٨) حزب البعث العربي الأشتراكي ـ العراق ـ التقرير المركزي للمؤتمر القطري الثامن ـ دار الثورة ، بغداد ، ١٩٧٤ .
(٩) حزب البعث العربي الأشتراكي ـ العراق ـ التقرير المركزي للمؤتمر القطري التاسع (حزيران ١٩٨٢) الدار العربية ، بغداد ، ١٩٨٣ .
(١٠) لطيف نصيف جاسم ، « لماذا نجاحنا؟ لماذا أخفاق العدو؟ » ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، ١٩٨٦ .
(١١) محسن ، حميد جاعد ، « التنمية والتخطيط الأعلامي في العراق » ، م ـ ذ ـ س .
(١٢) الرفيق صدام حسين ، « عقيدتنا ولدت من ضمير الأمة وتراثها العريق » ، دار الحرية للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٠ .
(١٣) محسن ، حميد جاعد ، « التنمية والتخطيط الأعلامي في العراق » ، م ـ ذ ـ س .
(١٤) نفس المصدر السابق .
(١٥) بركات ، فيصل حسين ، « دور الأعلام في الدول النامية » ، م ـ ذ ـ س .



التخطيط والبرمجة الاذاعية والتلفزيونية

الفصل الثالث

« التخطيط والبرمجة الأذاعية والتلفزيونية »

الاذاعة والتلفزيون والمستمع والمشاهد : ـ

هب أن اذاعة تقدم أجود براجها ولكن لاأحد يلتقطها فما هي فائدة هذه الأذاعة ؟ ان سايكلوجية مخاطبة الجماهير تتطلب فهم نفسية الجماهير وتنسيق المواد الاذاعية وبرمجتها من اسباب نجاحها والعكس صحيح .

الاذاعة تضع افتراضاً يجب ان لاتحيد عنه وهو : ـ

أذا كان هناك مستمع أو مشاهد واحد ينصت اليك في اللحظة التي تبث فيها فعليك ارضاء هذا المستمع او المشاهد وكسبه ، فلماذا ؟ .

من اهم اسباب نجاح الاذاعة والتلفزيون ومن اولى مهامها دراسة نفسية مستمعيها ومشاهديها والبرمجة الاذاعية الناجحة هي التي تعتمد التخطيط والمراقبة في آن واحد .

وليس من شك في ان المستمع بصورة خاصة الذي لاتشده اذاعة ما يتحول عنها الى اذاعة اخرى بكل يسر وسهولة فهناك عشرات المحطات الاذاعية ان لم نقل المئات فكيف تحصل على مزيد من المستمعين وخاصة ان اكثر الاذاعات المعادية تجتهد في كسب المستمع او (المشاهد) وتحتال عليه بما يغري من مواد وفقرات خلال برنامجها العام والموجه ، ان تقسيم فترة البث الاذاعي الى اوقات والاوقات الى ساعات والساعات الى دقائق حسب الفصول واختيار المادة المناسبة في الوقت المناسب يوصلنا الى سلم النجاح في البرمجة الاذاعية الناجحة ثم هناك حقيقة لابد من معرفتها وهي راحة المستمع والمشاهد ورغبته بجانب شوقه للمعرفة والأطلاع والترفيه عن نفسه في آن واحد وإن ادراك هذه الحقائق قبل اي تخطيط برمجي وفي اثناء تنفيذ الدورة الاذاعية يساعد على اصابة الهدف .
فرضا المستمع والمشاهد غاية لاتدرك بسهولة ويسر وهي بالتالي تستلزم عدة عوامل يجب توفرها والايمان بها والعمل بموجبها .

فالوقت المناسب بجانب الصوت الجميل والالقاء الجيد يستلزم مادة جيدة وجديدة ووقتاً مناسباً واخراجاً متكاملاً بجانب الموسيقى والمؤثر وكذلك الالتزام .

فهذه العوامل مجتمعة تساعد على النجاح بدون شك ، ومن الحقائق التي تتصل بنجاح هذا البرنامج أو ذاك هو الأقبال عليه ومتابعته ، حيث تحقق الألفة بين مقدمه والمستمع اليه ومشاهده ، وكذلك يرتبط نجاح البرنامج بشخصية مقدمه ، ويمكن على سبيل المثال أن يذكر في هذا الصدد ، برنامج « الرياضة في أسبوع » ويقدمه السيد مؤيد البدري وبرنامج « العلم للجميع » ومقدمه السيد كامل الدباغ وكذلك لاتستمع الى برنامج مايطلبه المستمعون الا بصوت امل المدرس وهكذا ...

فحين يصادف المستمع صوتاً من الاصوات تساعده هذه الصداقة على تقبل المادة بل انتظارها ثم تنمية العلاقة بين المستمع أو المشاهد وصوت ماهي غاية النجاح وهي بالتالي توصل الى هدف الاذاعة في ايصال مادتها وما تحتويه من فكرة او افكار الى المستمعين والمشاهدين بيسر .

وقد اعتادت بعض الاذاعات العربية على تقديم اسماء المنفذين والممثلين والكتاب او المؤلفين وكذلك المخرج قبل اعلان اسم المادة .

والسبب ان صداقة المشاهد او المستمع وتعلقه بأسماء معينة محفز لسماع أو مشاهدة المادة المذاعة ومن العوامل المساعدة لنجاح أي برنامج .

ويعني هذا كسب المستمع (أو المشاهد) وربطه بالاذاعة منذ اللحظات الاولى لتقديم تلك المادة . التخطيط اذن ليس كل شيء بل هو جزء من نجاح الاذاعة وتحقيق رسالتها والعمل الاذاعي والتلفزيوني عمل جماعي يعتمد على مجموعة عناصر وتتضافر فيه مجموعة من الطاقات كيما يتكامل ويضمن نجاح المادة الأذاعية[1] .

كيفية بناء المنهاج العام للبرامج : ـ

ان الصفة المميزة لجمهور الاذاعة والتلفزيون هي ثباته النسبي تقريباً والذي يمارسه الراديو والتلفزيون على المستمع او المشاهد ضمن الجو العائلي يستدعي طريقة مميزة في بناء المنهاج العام للبرامج ولاول مرة في تاريخ وسائل الاتصال الجماهيري جعل الراديو والتلفزيون ان بالامكان مخاطبة نفس المستمعين او المشاهدين كل يوم وبأسلوب مخطط . ان هذه الامكانية تعد تقريباً القيمة الاعظم والاكثر تأثيراً للنشر الاذاعي والتلفزيوني لهذا فان الاتصال المنظم مع الجمهور يتطلب بصورة منطقية منهاجاً اذاعياً وتلفزيونياً مخططاً ومنظماً . ان البرامج الاذاعية والتلفزيونية المختلفة

المعدة من قبل هيئات التحرير تعتبر في نظر مخرج المنهاج مجرد مواد بنائية للشكل المستقبلي للمنهاج وفي الوقت الحاضر فان الاسبوع يعتبر وحدة البرمجة في معظم اذاعات العالم.، وهذا يعني ان كل اسبوع يعتبر وحدة البرمجة الاساسية والذي يشهد عملية اتمام واعادة الحلقات الرئيسية من مواضيع المنهاج المرجح عرضها لفئات مختلفة من المستمعين والمشاهدين كالفلاحين والعمال والطلبة والاطفال ومحبي العلوم ... الخ لهذا السبب تكون شبكة البث اسبوعية اي انها توزيع دقيق وثابت على ايام الاسبوع وساعاته بل ودقائقه.

ومن فوائد هذا التوزيع انه يتيح لفرق العمل هيئات التحرير ان تنسق عملها وذلك لعرض براجها في اوقات محددة. وان هذا التوزيع له غرضان :

الاول : ـ إنه ينسق نشاط وانتاج هيئات التحرير (حجز الاستوديو وقت التصوير، عمل الاقسام المساعدة الخ).
الثاني : ـ إنه ينظم ادراك المستمعين والمشاهدين عن طريق تقسيمهم الى مجاميع وفقا لميولهم وتدريبهم على المشاهد المنظمة والتي هي منظمة بدرجة خاصة بسبب تنامي حجم البث وتطور البث المتعدد المناهج.

إن وضع سياسة عامة للمنهاج والتخطيط والتنسيق بعيد وقريب المدى (بضمنه بناء البرنامج اليومي) مهمة يجب ان تتولاها ادارة خاصة (هيئة).

ـ ان اعداد وتخطيط المناهج او البرامج الاذاعية والتلفزيونية هو وقتي دائماً من حيث المكان ذلك لأن المنهاج عبارة عن حزام ناقل مستمر نسبيا محدود زمنيا ذو مواد متتابعة لمواضيع مختلفة في اصناف متنوعة، لهذا فأن تشكيل الحزام الناقل يجب ان يتحدد بقوانين متميزة معروفة من قبل خبراء تخطيط واعداد برامج وكما في الصحيفة المطبوعة فأن المعد يبدأ بترتيب المواد وفقا لأهميتها السياسية والاجتماعية الخ. وهذا يعني ان الاعداد والتخطيط وفقا للمضمون هو المرحلة الاولى للبرمجة المحددة. ان الطول المستمر والمتتابع للبث الاذاعي والتلفزيوني يلزم مخرجي المنهاج بأن يضعوا في حساباتهم الجوانب النفسية لأدراك المستمع او المشاهد، فتدفق المعلومات من الاذاعة والتلفزيون ينمو بشكل مستمر وخلال نموه يتعرض لمشكلة ما تدعى بالقدرة المحدودة لاستيعاب المواطن لحجم التقارير لهذا يجب الانتباه الى ضرورة توزيع التقارير على فقرات البرنامج العام بشكل يتيح للمستمعين او المشاهدين حرية الاختيار وفرصة الاستيعاب ففي السينما تحدد الحركة القصوى للمواد المتحركة على الشاشة بـ ١٥٠ ـ ١٨٠ دقيقة، ولهذا يجب ان يؤخذ بنظر الاعتبار تشتت العائلة عند تقديم برامج بهذا الطول. لقد توصل علم النفس التجريبي الى حقيقة ان اية مادة تتطلب في البدء فهما عالياً ثم يقل هذا

الفهم تدريجياً اي ان الادراك الفعال لها يبدأ بالتناقص ، وهذا مايدفعنا الى ادراك البديهية التالية وهي ان المواد الجدية ذات المضمون العلمي يجب ان يخطط لها وتوضع بشكل خاص في بداية المنهاج اليومي وفوراً بعد تقديم نشرة الاخبار ثم يبدأ بتخطيط وترتب المواد التي تليها وفقا لمبدأ السهولة المتزايدة وتغير المواضيع التي تثير الانتباه اي وفقا لمبدأ القوة الحركية المتزايدة . ان التخطيط والاعداد وفقا للمضمون يعني الاعتماد بالضبط على طبيعة المستمعين والمشاهدين في هذه الساعة او تلك من اليوم ، وقد اصبح هذا العنصر حاسما بعد ان زاد حجم البث الاذاعي واشتغل التلفزيون متعدد المناهج وهكذا فأن الساعات الاولى من الصباح يفضل ان تخصص للجمهور كافة الاخبار والنصائح الطبية والطرائف الصباحية ، الخ وتليها البرامج الموجهة الى ربات البيوت تتبعها البرامج المخصصة للأطفال ثم تكرار البرامج التي اذيعت في اليوم السابق لفائدة المستمعين والمشاهدين الذين لم يتيح عملهم فرصة سماعها او مشاهدتها . فنرى مثلاً التلفزيون عكس السينما يسمح بتوسيع الحدود الزمنية للمشاهدة نظراً للظروف العائلية للمشاهدة وهي الايقاع البطيء نسبياً في المونتاج والاتصال المباشر مع المشاهد وغزارة الاشكال (التحدثية) الثابتة نسبياً ولهذا يفضل ان لاتزيد مدة بث العناصر المستقلة في المنهاج على ٩٠ دقيقة ، وبالتحديد يجب ان لايزيد البرنامج الصحفي والبرنامج العلمي على ٣٠ دقيقة بينما يجب الانتباه الى ان برامج الترفيه تتطلب وقتاً يتراوح بين ٦٠ ــ ٩٠ دقيقة اما منهاج المساء فيجب ان يكون اقل اختلافاً اي يجب ان يخاطب اكبر عدد من الجمهور وحتى في هذه الفقرة يجب ان يوخذ اختلاف ميول المشاهدين بنظر الاعتبار ، ثم ان المشاهد او المستمع لا يستطيع مشاهدة او سماع البرامج دفعة واحدة لمدة خمس او ست ساعات متتالية . ولابد من السؤال مرة اخرى كيف يجب ان يبني المنهاج بالنظر لتنوع الصنف الذي يضم مواد متقاربة ؟ هناك ترابط داخلي بين الاعداد وفقاً للصنف وبين الاعداد وفقاً للمعنى ، فالبرامج الجديدة التي تستدعي تفكيراً وتثير خيال المشاهد او المستمع وتؤجج فيه العاطفة يجب ان توضع في الثلث الاول من المنهاج وان توقت بشكل تتيح فيه لأكبر عدد من المستمعين سماعها والمشاهدين مشاهدتها . بينما يجب ان تبقى مواد الصنف الخفيف والنشرات الاخبارية الختامية والاخبار الرياضية وما شابه ذلك في الثلث الاخير من المنهاج للمعنى لذلك فمن المهم جدا ملاحظة البرامج المتقاربة ومضمون المنهاج بالنسبة للمعنى والصنف . ان عناصر المنهاج غالبا ما تكون حيادية وذلك لأن نشاط الادراك في هذه الحالة مستمر ، لهذا السبب يتوجب ان يؤخذ بنظر الاعتبار في اعداد المنهاج (القوة الاستمرارية للحالة العاطفية) التي يخلقها البرنامج السابق . ومن الصعوبة بمكان أن نتوقع ان يستمع او يشاهد المنهاج اي شخص منذ البداية وحتى النهاية . لهذا السبب يجب ان

يكون هنالك تطويرا مستمرا لاعداد نماذج جديدة من المناهج تتلاءم مع اوقات شرائح المستمعين او المشاهدين . كذلك يجب ان يعد ويخطط للمنهاج بطريقة يمكن بها الانتقال من موضوع الى اخر آخذين بنظر الاعتبار اختلاف الاعمار وفارق المستويات الثقافية والاهتمامات ... الخ ، وبمعنى اخر من الضروري في التخطيط والاعداد السعي الى التغيير الدوري في حجم الجمهور مثلا (من منوعات تستمر ساعة او ساعة ونصف الى برامج عامة كالاخبار او الافلام الروائية او الاخبار الرياضية) .

ان الربط المباشر للبرامج المتشابهة يجب تجنبه عند وضع المنهاج او ليس من المعقول ان نضع برنامجين تحدثيين الواحد بعد الاخر او مقابلتين ، لهذا فأن التنوع للصنف مسألة مهمة في تخطيط واعداد البرامج التلفزيونية والاذاعية والمنهاج اليومي . ان البث المتزامن للراديو والتلفزيون لمنهاجين او اكثر يواجه عدة مشاكل في بداية الامر ، فقد ثبت نظريا وجرب عمليا ان فقدان التنظيم والتنسيق والتخطيط وعدم تحديد طريقة منطقية للبث كتعدد المناهج قد يؤدي فعلا الى تضليل المستمع او المشاهد لا في عملية لأستماع او مشاهدة برنامجه المفضل انما بالنسبة لأنتاج المنهاج بشكل عام وهذا مايؤدي الى انخفاض تأثير النشر للراديو والتلفزيون (اذ كثيراً ما يصادف بث برنامج صحفي هام جدا من احد المناهج بينما يعرض المنهاج الآخر تمثيلية او فلما مشوقا او نقل مباراة رياضية تصادف في الوقت نفسه او اي برنامج جيد اخر ، وفي حالة كهذه فأن جمهوراً كبيراً سوف لايستمع او يشاهد البرنامج الصحفي اذ يكون مشغولاً بمشاهدة الفيلم او المباراة مما يضيع عليه الاستماع او مشاهدة البرنامج الصحفي وهذا سببه سوء التخطيط والتنسيق بين المناهج والذي يقع ضحيته الجمهور) . ومع ذلك فأن الاتجاه العالمي يخطط ويسير في الوقت الحاضر لبث منهاجين او اكثر في آن بهدف تلبية متطلبات الجمهور المتزايدة وفي حالة كهذه يجب الاخذ بنظر الاعتبار عملية التنسيق والتخطيط بين منهاجين او اكثر وفقا لمبدأ التخصص وكذلك تقديم افضل الخدمات الاذاعية او التلفزيونية وفي الاوقات المناسبة للمستمعين والمشاهدين .

التخطيط الاذاعي

مفهوم وسمات التخطيط الاذاعي : ـ[٢]

التخطيط الاذاعي هو التوظيف الامثل للامكانيات البشرية والمادية الموجودة او التي يمكن ان تتوفر في الاذاعة اثناء الفترة الزمين الزمنية للخطة من اجل تحقيق اهداف معينة سبق الاتفاق عليها بعد مناقشتها .

ويستهدف التخطيط الاذاعي الوصول الى اعلى كفاءة ممكنة للحصول على اعلى عائد ممكن من الاستثمارات الاذاعية وبعد تنفيذ الخدمات الاذاعية من اخبارية وتثقيفيه وترفيهيه واعلانية يحتاجها الجمهور او يرغب فيها .
ومن الطبيعي الا يقتصر التخطيط الاذاعي على عملية « وضع البرامج » فحسب بل لابد ان يتعداها ليشمل التخطيط للادارة الاذاعية والعاملين في المحطة والتوسع والتحديث التقني وبيع الزمن الاذاعي للاعلان .

ويقتضي تحقيق هدف التخطيط الاذاعي وضع سياسة اذاعية واضحة ومتكاملة مبنية على نتائج ابحاث المستمعين والمشاهدين وتنظيم كامل للخطة الاذاعية وتفاني العاملين على تحقيقها ليصبح العائد من انتاج البرامج الاذاعية اعلى من الاستثمارات فيها ومن الضروري ان تشمل عملية التخطيط البحث عن البدائل والاختيار من بينها احسنها بما يتلأم مع الاهداف الموضوعية للاذاعة . كما يستلزم التخطيط الفعال تحليل توقعات المستقبل والتخطيط لها لتحاشي وقوع اية اضطرابات في الخطة الاذاعية . فمن المسلم به ان اخذ عامل التوقعات والاحتمالات المستقبلية بعين الاعتبار عند التخطيط الاذاعي يوفر الكثير من الزمن والجهد عند وقوعها . واخذ احتمالات المستقبل في الحسبان اقرب الى السلامة من انتظار وقوع الحدث ثم اتخاذ القرار بشانه وان يكون هناك من بين المسؤولين عن التخطيط الاذاعي من يهتم باحداث اليوم وتوقعات الغد والاسبوع او الشهر المقبل . والتخطيط الاذاعي عملية مستمرة لاتنتهي عند وضع خطة واحدة بل لابد من تتابع الخطط الى مالا نهاية من اطار التخطيط الطويل المدى ومقتضياته بالاضافة الى متابعة الخطط الموضوعية اثناء وبعد تنفيذها واكتشاف المعوقات التي تقف امام التنفيذ والعمل على ازالتها وتحاشيها في الخطط المستقبلية بجانب قياس الاثار الناتجة عن تنفيذ الخطة وادخال التعديلات المناسبة لتتلائم مع السياسات الاذاعية الموضوعة .

ويستلزم التخطيط الاذاعي ضرورة التنسيق بين الخطط للمحطة الواحدة بينها وبين خطط المحطات الاذاعية الوطنية الاخرى بل وبين الخطط الاذاعية بوجه عام للمحطات الوطنية المختلفة وبين وسائل الاعلام الوطنية الاخرى حتى يمكن الوصول الى اعلى فاعلية اعلامية ممكنة وبالتالي الى اسمى غرض للتخطيط . ويجب ان يكون الصالح العام ومصالح الجماهير الهدف الاسمى للتخطيط في جميع وسائل الاعلام .

وقد يكون التخطيط الاذاعي قصير او متوسط او طويل المدى . والاخير هو اصعب انواع التخطيط واهمها لاحتياجه الى رؤية مستقبلية واضحة ولتوقف نجاح الاذاعة الى درجة كبيرة على فاعليته . ولما كان العمل الاذاعي في سباق دائم مع الزمن والحالية لضرورة التزام العاملين بالمحطة الاذاعية بالوقت المحدد سواء كان اليوم او الغد او الاسبوع المقبل حتى يمكن بث انتاجهم الاذاعي في الوقت المعلن عنه في جداول البث ، كان لابد من ان يأخذ احدهم على عاتقه مسؤولية النظرة الطويلة الامد ليقوم بعمل تنبؤات دقيقة بخصوص مستقبل المحطة الاذاعية ويتطلب التخطيط الفعال التفكير الواقعي والتخيل كما هو معقول في حدود الاهداف العامة والعريضة للمحطة الاذاعية بالاضافة الى وضع خطة للبرامج ترتبط بها مجموعة من الخطط المعاونة في المجالات الاخرى ومجوعة من الخطط المتفرعة عن الخطط العامة والخاصة بقطاعات العمل المختلفة من تقنية ومالية . والتخطيط الاذاعي ضرورة لجميع المحطات صغيرها وكبيرها . وغالباً ما تمتلك جميع المحطات الاذاعية المتوسطة الحجم نفس التسهيلات والمعدات التقنية ولا يفرق بينها الانوعيه وكفاءة العاملين بها وطريقة ادائهم لاعمالهم مما يزيد من مسؤولية التخطيط وضرورة توخي الحذر فيه عند اختيار كبار الموضفين الاذاعيين الذين يمتازون بتخصصاتهم وقدراتهم الاذاعية والادارية . ويجب ان تكون الخطوط العريضة للتخطيط الاذاعي واضحة وواقعية ومن المرونة بحيث تتلاءم مع التغيرات المستقبلية . وتوضع النقاط النهائية للخطوط العريضة للبرامج في اطار الامكانيات المادية والتقنية والبشرية الموجودة واهداف المحطة الاذاعية . وبينما يتولى مدير البرامج الاشراف على عملية وضع وتنفيذ البرامج يقوم مدير المحطة بتقييمها باستمرار وبمناقشة ما يلزم من تغييرات مع مدير البرامج . ويكتسب الاذاعيون القدرة على تقييم البرامج واكتشاف نقاط ضعفها بالممارسة والخبرة . ويستلزم التخطيط الاذاعي الناجح التعرف على المجالات التي يمكن ان تؤثر فيها البرامج الاذاعية كي يتم بثها طبقاً لخطط مقننة للوصول الى اهداف التخطيط الاذاعي المنشودة . ومن طبيعة التخطيط الاذاعي انه لا يقتصر على مجرد تحديد السياسات الاذاعية بل يتعداها ليشمل مرحلة تشخيص الاستراتيجيات ووضع

الخطط اللازمة لتحقيق هدف او اهداف محددة على اساس من الاحتياجات الفعلية والامكانيات المتاحة وفي ضوء المعلومات والبيانات الصحيحة الدقيقة وداخل اطار الغايات العامة ووفقاً لمنهجية علمية وخبرة في مجالات التنفيذ والادارة والتقويم والمتابعة والقياس والاختبارات والتحليل والفحص والمراجعة والتعديل . كل ذلك على نحو كامل شامل ومتكامل من ناحية ومقنن ومحدد من ناحية ثانية ومرن ومتحرك من ناحية ثالثة .

عملية التخطيط الاذاعي : ـ

ان المسؤولية المباشرة للمحطة الاذاعية تقع على المدير العام للاذاعة او من صميم عمله ان يجيب على التساؤلات الخاصة باقتصاديات المحطة والمتعلقة باعداد المستقبلين. ورغباتهم والتطورات التقنية وكل مايؤثر على صيت وجماهيرية المحطة ، فهو وحدة الذي يحلل كل هذه المعلومات ويترجمها الى خطط مستقبلية حتى تتمكن المحطة الاذاعية من القيام بدور قيادي يتسم بعنصر المبادرة بدلا من السير وراء المحطات الاخرى ويستعين المدير العام بالعاملين معه من امداده ببعض المعلومات والحقائق المتعلقة بكل هذه الامور . ومن المؤكد انه يأخذ بارائهم ويضعها في الاعتبار ذلك لان القرارات النهائية الخاصة بوضع السياسيات الاذاعية من صميم عمل الادارة مجتمعة على الرغم من ان المسؤولية المباشرة تقع على عاتق مدير الاذاعة . اذا عملية وضع البرامج في جداول زمنية وخطط اذاعية فهي من اختصاص العاملين بقسم البرامج ومديره وتسير عملية التخطيط للبرامج بطريقة ديمقراطية من اسفل الى اعلى بمشاركة جميع العاملين بقسم البرامج . مما يساعد على تطوير شخصياتهم وقدرتهم على الخلق والايتان بما هو جديد وزيادة تفانيهم في تنفيذ البرامج عن طريق المشاركة الفعالة وتوثيق اعتقادهم باهداف المحطة التي يعملون فيها .

وتتم عملية التخطيط للبرامج طبقا لنتائج ابحاث ودراسات جمهور المستقبلين . وتمر هذه العملية بالخطوات التالية : ـ

أ ـ يتولى مدير البرامج دراسة وتنسيق المقترحات الخاصة بالبرامج والمقدمة من المشرفين عليها والمخرجين. لها بعد مناقشتها معهم على حدة او في مؤتمر يشترك فيه العاملون في قسم البرامج .

ب ـ يقوم المراقب المختص بتنسيق هذه المقترحات بعد عرضها عليه مع برامج الدورات السابقة والتالية .

جـ ـ تقدم جميع المقترحات بعد تنسيقها بواسطة المراقبين المختصين الى المدير العام للبرامج الذي يتولى دراستها وتقديمها الى المدير العام للمحطة الاذاعية او اللجنة العليا للبرامج لمناقشتها .

د ـ تعاد المقترحات بعد ادخال التعديلات اللازمة والموافقة عليها الى المراقبات التي اقترحتها لتبدأ في تنفيذها .

هـ ـ ترسل البرامج الجديدة المقترح تنفيذها الى مراقبة التنسيق لجدولتها في الخطة .

و ـ يتم تسجيل البرامج غير الحية قبل موعد اذاعتها بمدة تكفي للاعداد الجيد .

وعادة مايتم الانتهاء من اعداد الدورة الاذاعية بما في ذلك تجهيز البرامج المكررة وتنفيذ البرامج الجديدة قبل بدء الدورة بستة اسابيع ماعدا البرامج الاخبارية وما يتصل من احداث تتسم بالحالية . وقد يجتمع مديرو المحطات الاذاعية المختلفة والموجودة في منطقة بث واحدة او مديرو البرامج او مندوبون عنهم مرة او مرتين كل سنة لتنسيق الخطوط العريضة للسياسات الاذاعية لمحطاتهم .

مراحل التخطيط الاذاعي(٣)

يمر التخطيط بثلاث مراحل تشمل وضع السياسات العامه للاذاعة واختيار الاستراتيجيات المناسبة لتنفيذها ثم مراجعة هاتين المرحلتين الى واقع ملموس عن طريق الخطة الاذاعية في حدود الامكانيات البشرية والتقنية والمالية الموجودة .

١) ـ وضع السياسات الاذاعية العامة : ـ

يقتصر مفهوم السياسات العامة للتخطيط الاذاعي على تحديد اهدافه المطلوب تحقيقها في فترة زمنية في اطار وظائف الاذاعة من اخبار ونقد وابراز وتثقيف واعلان وتنمية وخدمة عامة ـ وفي حالة تحقيق احدى هذه الوظائف ينبغي على الخدمة الاذاعية تحديد الاهداف التي يجب ان تقوم بها في اطار هذه الوظيفة على نحو تفصيلي يتضح فيه الجزء المطلوب تحقيقه في الدورة الاذاعية المقبلة والدورات التي تتلوها على ان يكون هذا التحديد كمياً وكيفياً وعادة ماتشمل السياسات العامة للتخطيط الاذاعي على : ـ

أ ـ غاية اعلامية عريضة تهدف الى خدمة الغايات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الرئيسية التي تتطلع الدولة الى تحقيقها نيابة عن الشعب .

ب ـ غايات اعلامية محددة من شأنها خدمة الغايات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية التي يتطلع الشعب الى تحقيقها كنشر وتدعيم الثقافات الوطنية وضرورة انفتاحها على الثقافات الاخرى ومعالجة الكساد الاقتصادي والحد من البطالة وتأمين المسنين والقضاء على مشاكل تلوث البيئة والاقلال من الضوضاء ومحاربة الارهاب السياسي وغيرها من المشاكل التي يرغب ويتطلب الشعب القضاء عليها او الحد من خطورتها .

ومن بين الاغراض الاعلامية المحددة في الدولة النامية الاهتمام بالمجتمعات الريفية ومن الغايات المحددة للسياسات الاذاعية ادخال قيم اجتماعية جديدة على سلوك المستقبلين شريطة احتياجهم لها ورغبتهم فيها تمشياً ومسايرة لديناميكية المجتمع المتطور باستمرار . ومن الحاجات الاجتماعية القائمة والمستقبلية والتي تكون عمدا للغايات المحددة للسياسات الاذاعية في الدول النامية العناية الكمية والكيفية ببرامج الاطفال والشباب والتركيز عليها . حيث ان مجتمعاتها (شابة) يكون فيها الاطفال والشباب اقل من ٢٠ سنة حوالي نصف سكانها هذا بالاضافة الى ان الاطفال والشباب هم اول من يستجيب لعملية التعديل في القيم الاجتماعية نظرا لعدم ارتباطهم الوثيق بالسلم القيمي القديم .

جـ غايات اعلامية منتقاة : ـ

تضع الاذاعة من ضمن سياساتها غايات منتقاة متعددة كبرامج محو الامية وهي من اساسات التثقيف الذي يعتبر المدخل الاوحد الى التنمية الا ان هذه الغاية المنتقاة لايمكن للاذاعة وحدها بامكانياتها المحدودة تحقيقها حيث تبلغ نسبة الاميين في كثير من المجتمعات النامية اكثر من ٥٠٪ من سكانها . والدور الذي يمكن ان تقوم به الاذاعة في هذا المضمار لايتعدى ان يكون دوراً مساعد . ويدخل في اطار الغايات المنتقاة تعليم اللغات الاجنبية خارج المناهج المدرسية وبغير ارتباط بها ؛ ولتعليم لغة اجنبية او اكثر اثر بالغ في ثقافة الفرد والجماعة كما يمكن استخدام الاذاعة لخدمة مناهج التعليم المدرسية وفق خطط محددة توضح بمشاركة الادارات التعليمية لترفع من مستوى العملية التعليمية عن طريق برامج الاثراء الثقافي educative enrichement التي تستهدف الطالب في غير اوقات الدراسة

والبرامج المدرسية التي تدخل مع المدرس الى الفصول فتعاونه في اداء خدمته ومهمته . وهذا ما ينبغي للتخطيط الاذاعي ان يتوسع فيه . ومن الواضح انه لايمكن تحقيق مثل هذه الاهداف والغايات المحددة والمنتقاة الا بالتعاون الفني والمالي بين اجهزة الاذاعة وبين الادارات المسؤولة عن الخدمات المختلفة الامر الذي يساعد على اتاحة لقاء المسؤولين في الاذاعة بالمسؤولين في قطاعات الخدمات المختلفة ـ ويلزم ذلك الاذاعيين بأن يكونوا على بينة من خطط التنمية الاجتماعية التي يطالبون بخدمتها عن طريق برامجهم ـ وسيكون وضع السياسات الاذاعية عديم الفائدة اذا روعي فيه فقط مدى تطابقه مع البيئة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ومحافظته عليها دون معالجة نقاط الضعف فيها ومن ثم لايجب على واضعي السياسات الاذاعية الاكتفاء بابراز الواقع البيئي فقط بل لابد من يصحب هذا هدف تغيير اخطاء الواقع للوصول الى الاحسن في حدود الامكانيات المتاحة واستخدامها الامثل .

كتابة سياسات المحطة الاذاعية : ـ

وأذا ما تم وضع السياسات والاهداف العامة للمحطة الاذاعية فمن المفضل كتابتها أو طبعها في كتيب وتوزيعها على العاملين في الاذاعة للتعرف عليها . ومن المستحسن طبع بعض أجزائها وتوزيعها على بعض المؤسسات والجماعات والشخصيات الهامة التي تعيش في مجال ارسال هذه المحطة . ولكتابة السياسات ونشرها ميزات منها .

(ا) ـ زيادة فاعلية العمل الاذاعي .
(ب) ـ تقليل فرص الوقوع في الخطأ .
(جـ) ـ عدم الحاجة الى تكرار القرارات الروتينية ذات الطبيعة المكررة .
(د) ـ اختصار الوقت الذي يمكن الاستفادة منه لحل بعض المشاكل الاخرى الخاصة بالمحطة والتي قد تطرأ .
(هـ)ـ المساعدة على معاملة الموظفين بعدالة ومعالجتهم بالامور نمطياً في اطار السياسات المكتوبة .
(و) ـ أرشاد العاملين في المحطة الاذاعية ومساعدتهم على القيام باعمالهم على انفراد دون سؤال الاخرين. وبدون تدوين السياسات العامة قد يضيع المدير الاذاعي وقتاً كبيراً في اتخاذ القرارات تتعلق باشياء فرعية وغير هامة . الامر الذي لايمكن أن يحدث في اطار سياسات محدودة واضحة واذا ما حدث مثل هذه

الامور فأنه يمكن الفصل فيها بسرعة دون ضياع أي وقت في اطار سياسات مدونة وواضحة المعالم .

ـ تنفيذ السياسات الاذاعية : ـ

للصفات الانسانية التي يتحلى بها المدير الاذاعي دور كبير عند تنفيذ السياسات الاذاعية أذ تتوقف درجة قبول العاملين معه والجمهور لافكاره الى درجة كبيرة على مهارته الادارية وقدرته على توصيل وعرض هذه الافكار بوضوح وبساطة ولباقة . وعند تقديم سياسات جديدة او معدلة للعاملين بالاذاعة يجب أن تكون مصحوبة بشرح للاسباب التي ادت الى ادخال التعديلات والمكاسب التي ستجنيها الاذاعة من ذلك .

يجب أن يشترك جميع العاملين في الاذاعة من عملية وضع السياسات بتقديم الاقتراحات من أجل التحسين بشرط أن يمنح كل من يقدم اقتراحاً جيداً الفرصة الكاملة والثقة التامة لايضاح وتنفيذ اقتراحه . وقد دلت التجارب على نجاح مناقشة رؤساء الاقسام الاذاعية مع موظفيهم لجميع المشاكل الخاصة بالعمل في مؤتمر تتوقف مدة وعدد مرات انعقاده على طبيعة العمل . والشكل التنظيمي للادارة . ومن المسلم به زيادة الانتاج والفاعلية اذا ركزت عدة عقول واشتركت في التفكير في البدئل واخذها في الاعتبار .. وعلى حين يستلزم وضع السياسات العمل الجماعي ، تتطلب عملية ادارتها وتنفيذها العمل الفردي بواسطة اشخاص فرادي كل حسب تخصصه وفي مجاله . وعلى المحطة الاذاعية تنظيم المؤتمرات سواء على مستوى الاقسام أو غيره من المستويات لعرض ومناقشة المشاكل وايجاد حلول لها على أن يتولى المختصون في الادارة تنفيذ ماتم التوصل اليه من قرارات . ويستلزم التنفيذ الفعال للوائح الادارة تحديد المسؤليات بين الاقسام الادارية وادخالها . ويتطلب ذلك اخبار مدير الاذاعة لرؤساء الاقسام بانتظام بما يتعلق بأعمال اقسامهم .

(٢) وضع الأستراتيجيات الاذاعية : ـ

((مفهوم ومقومات الاستراتيجية الاذاعية))

وضع الاستراتيجيات الاذاعية هو المرحلة الثانية من التخطيط الاذاعي ويهدف الى ترجمة السياسات الاذاعية التي تم الاتفاق عليها الى انجازات عملية

وفقاً لاهميتها والنتائج التي يمكن ان تعود منها ، الامر الذي يتطلب ترتيب بنود واجْزاء هذه السياسات وتنظيمها وامكانية تنفيذها بواسطة البرامج في اطار زمني وتقني وبشري مدروس ومحدود المعالم. ويضمن نجاح الاستراتيجية الاذاعية التزامها بالواقعية واتصافها بالتكامل والمرونة بحيث ممكن ترجمتها الى خطة اذاعيـة ـ ويستلـزم نجاح الاستراتيجيـة متـابعة واضعيها لعمليـة تنفيـذهـا للتعرف على جدواها في مجال تغطية حاجات المستقبلين. وتلبية رغباتهم وتطوير اتجاهاتهم وتغيير سلوكهم ـ ويجب أن تنطلق الاستراتيجية من هدف العمل على سد الحاجات الفعلية للمستقبلين. وتلبية رغباتهم بعد حصرها وجردها في حدود الامكانيات المتاحة والاختيار بين البدائل الموجودة ووضع بدائل احتمالية للاحوال الطارئة مع التنسيق بين كل هذه الاجراءات ويقتضي وضع الاستراتيجية الاذاعية البدء بدراسة المجتمع للوقوف على مقاوماته واحتياجات المستقبلين. ورغباتهم حتى يمكن التخطيط لبرامج قادرة على نشر معتقدات وممارسات وتلبية لحاجات ورغبات المستقبلين.

(٣) وضع وتصميم الخطة الاذاعية :

انواع الخطط الاذاعية وسماتها : ـ

الخطة الاذاعية اداة لترجمة السياسات والاستراتيجيات الاذاعية التي تم التوصل اليها الى واقع مسموع ومرئيء بواسطة برامج اذاعية مجدولة زمنياً في تركيبها عناصر متعددة من كلمة منطوقة وموسيقى ومؤثرات صوتية وصورة . على أن يتم ذلك طبقاً لاحتياجات كل مرحلة . ويعد وضع وتصميم الخطة المرحلة الثالثة والاخيرة في عملية التخطيط الاذاعي . وقد تكون الخطة الاذاعية عامة تحتوي على عدة مشاريع مستقلة او مكملة بعضها للبعض او جزئية تتمثل في عملية محدودة مستقلة بذاتها او مرتبطة بعملية اخرى . وعند وضع الخطة لابد اولاً من تحديد اطارها الزمني وفقاً للظروف ونوعية الاهداف المطلوب تحقيقها .

وقد يكون هذا الاطار سنة او ثلاث او خمس سنوات أو أكثر تبعاً للوسيلة الاعلامية من راديو أو تلفزيون اذ يحتاج انتاج المسلسلات التلفزيونية الى وقت طويل . وتستلزم الخطط العامة الطويلة الامد توافر المعلومات الدقيقة بشأن الموارد البشرية والمادية المتاحة من اموال سائلة وتسهيلات انسانية ومعدات واجهزة فنية عند بدء تنفيذ الخطة والتي ستتاح خلال فترة التنفيذ وموعد اتاحتها . كما ينبغي أن تكون محددة المعالم والاهداف مع معرفة وسائل الوصول الى هذه الاهداف

والاسترشاد بالاستخدام الامثل للامكانيات البشرية والتقنية الذي يحقق اكبر قدر ممكن من العائد بأقل تكلفة واستهلاك للمعدات والوقت . كما انها تحتوي على خطط فرعية تتناول تفصيلات العمل في القطاعات المختلفة بالتفصيل حتى يمكن تنفيذ وتحقيق اهدافها وتتطلب الخطة العامة اكثر من غيرها ضرورة وضع معالمها العامة دون تفصيل وتحديد اهدافها وترقيمها حسب الاهمية والاولوية وتقسيم اوقات ارسالها وظيفيا على نوعية البرامج من اخبارية وثقافية وترفيهية وخدمة عامة واعلان تقسيمها مئوياً على نحو يتوافق مع السياسة العامة للاذاعة واستراتيجيتها .

وعلى نقيض الخطة العامة تحتاج الخطط القصيرة الامد (الدورة الاذاعية) والفرعية الى كثير من التفصيلات . ويجب على هذه الخطط أن تجيب على التساؤلات : لمن .. وماذا .. وكيف تخطط ؟ .. ومتى يرسل ما تم تخطيطه ؟ .. كل ذلك في ترتيب تحدده اولويات الاستراتيجية الاذاعية . ويتطلب ذلك وجود الكثير من الاحصائيات والمعلومات الصحيحة والدقيقة عن عدد ونوعية المستقبلين للبرامج ورغباتهم وحاجاتهم ومستواهم الثقافي والاقتصادي وعادات استماعهم ومشاهدتهم لاجهزة الراديو والتلفزيون واوقات توافر وجودهم الذهني والمزاجي والجسمي لاستقبال البرامج وموقفهم من برامج معينة وقدراتهم على استيعابهم . ويمكن التوصل الى هذه المعلومات عن طريق اجراء الابحاث الاذاعية على المتلقين للبرامج وهو امر ضروري للارتفاع بفاعليتها . ولابد للمحطات الاذاعية من القيام به باستمرار على فترات متوالية ومنتظمة او في الاقل مرة في السنة لارتفاع تكاليف اجراء مثل هذه الابحاث . كما يجب توافر عنصر الوضوح في الخطط الاذاعية ليفهمها المنفذون لها ولذلك لابد من اشراك اكبر عدد ممكن منهم في عملية وضعها . بأن تطرح قيادة الخدمة الاذاعية الخطط المريضة واهدافها ووسائل تنفيذها على المستويات المختلفة من الادارة الاذاعية لمناقشتها مع العاملين في الاقسام الاذاعية المتعددة على ان تعود محصلة المناقشات الى القيادة مرفقا بها الاقتراحات والتوصيات والملاحظات الضرورية لاعادة صياغة الخطة في اطارها النهائي . ومن الضروري كذلك الا تكون الخطة جامدة فتنهار امام الظروف الجديدة التي قد تطرأ دون سابق انذار ومن المستحسن في بعض الحالات وضع خطط بديلة مقدما لمواجهة الاحداث المستقبلية والتوقعات المحتملة . ومن مستلزمات الخطة الناجحة ان تصل الى حالة تعادل بين ما يحتاج اليه المستقبلون وبين مايرغبون فيه من برامج . ومن اهم العوامل التي يجب توافرها عند وضع الخط العامة او الخطة الفرعية للبرامج هو ان يشعر واضعها بأن المستقبلين يعرفون تماماً ان الخطة الاذاعية تبذل قصاري جهدها لتحقيق ما يتمشى مع مصالحهم من برامج دون الاضنان بأي مجهود خلاق . كما يجب ان يتوافر في الخطة الاذاعية عنصر التوازن

الذي يتمثل في توزيع زمن الارسال على انواع البرامج المختلفة من اخبارية وثقافية وترفيهية طبقاً للاغراض والاهداف التي وضعتها الادارة الاذاعية في اطار رغبات وحاجات المستقبلين مع تحديد مواعيد الارسال بما يتفق مع وجودهم الذهني والمزاجي والجسمي . ويستلزم التوازن في الخطة التنويع في برامجها . أي وضع نسب محددة للبرامج المتنوعة من اخبارية وتثقيفية وترفيهية للفئات المختلفة من المستقبلين شريطه التزام البرامج بسمة التنويع اذ إنه لايمكن لاية محطة اذاعية واحدة جذب انتباه نفس المستقبلين طوال اليوم الاذاعي لاختلاف هؤلاء من حيث اوقات وانواع اعمالهم وحالاتهم النفسية من توتر او ارتخاء وعادات استقبالهم للبرامج من حيث هو استقبال متعمد او عن طريق الصدفة والمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي . وبالتالي يجب على كل اذاعة عند وضع خطة برامجها أن تأخذ في الاعتبار عنصر الزمن اليومي والتغيير الدائم في الهيكل البشري والاجتماعي للمستقبلين الامر الذي يستلزم بعض التغييرات والتنويع في شكل ومحتوى البرامج . وتشبه مشكلة توازن البرامج التلفزيونية اليوم مشاكل الراديو في ايامه الاولى حيث أن قنوات الارسال التلفيزيوني محددة وعليها أن تنوع في شكل ومحتوى برامجها اثناء الارسال اليومي والاسبوعي لجذب جماهير المستقبلين المحلية . ويتم عنصر التوازن البرامجي في محطة التلفزيون المحلية بواسطة الجهود التي يبذلها قسم البرامج في انتاج نشرات اخبار محلية وبرامج متعلقة بمشاكل الجماهير ومجريات امورهم . وتوضع البرامج عادة اما بطريقة خلط انواع مختلفة من المواد الترفيهية مع وحدات اعلامية واعلانية في عرض واحد متكامل في حد ذاته واما بترتيب العديد من وحدات البرامج هذه في شكل مسلسلات تعرض خلال اليوم او الاسبوع . وتتركز مشكلة واضع البرامج في عرض المواد الترفيهية والتثقيفية والاخبارية بطريقة يمكنها شد الانتباه لاكبر عدد ممكن من المستقبلين والاحتفاظ بانتباههم الى اطول مدة ممكنة وتقع مسؤولية نجاح المحطة في اداء مهمتها الى درجة كبيرة على قسم البرامج الذي يختص بوظيفتين : ـ

(١) ـ التخطيط للبرامج ووضعها في جداول دورية ويومية (خطة) .
(٢) ـ ثم تطوير أنتاج البرامج على حده لتتمشى مع الخطة الموضوعية .

الدورة الاذاعية :

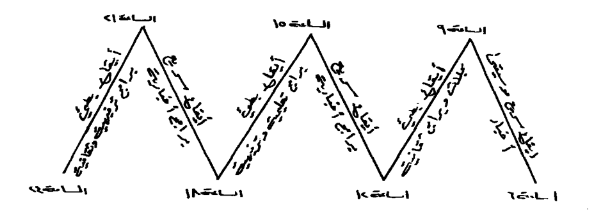
تقسم الخطط الاذاعية الطويلة الامد الى دورات اذاعية تستمر الواحدة منها ثلاثة شهور ويبلغ بذلك عدد الدورات الاذاعية السنوية اربعة تتمثل في الدورة الاذاعية الاولى وتبدأ في الاول من كانون الثاني والثانية في الاول من نيسان

والثالثة في الاول من تموز والرابعة في الاول من تشرين الثاني من كل عام . وقد تتبع بعض المحطات الاذاعية في تقسيم دوراتها فصول السنة من دورة ربيعية وصيفية وخريفية وشتوية . ولكل من هذه الفترات سماتها من حيث وجود المستقبل الجسمي والذهني والمزاجي في المنزل . وعلى المخطط ان يراعى جميع هذه الظروف كما قد تتبع بعض المحطات قواعد اخرى عند تقسيمها لدوراتها . ومهما كانت انواع تقسيم الدورات فلابد من ان تغطي الواحدة منها مساحة زمنية لمدة ثلاثة شهور . كما لابد من اعلانها على الجمهور في شكل جداول زمنية قد تكون شهرية او اسبوعية او يومية طبقا لكفأة المخططين ومهاراتهم وقدرتهم على التحكم في الخطة والالتزام بما يعلنون . وتحتوي الدورات على تفصيلات اقل من خططها الفرعية سواء اكانت اسبوعية ام يومية ، كما تحتوي الخطط الاذاعية الدورية واليومية على برامج تحتاج الى تخطيط دقيق يتسم بعنصر التوازن الذي يتمثل في توزيع ساعات الارسال على الانواع المختلفة من البرامج وساعات ارسالها . وعند وضع الدورية طبقا لرغبات وحاجيات المستقبلين ووجودهم الجسمي والذهني والعقلي وطبقا لسياسات المحطة الاذاعية لا بد من تدوين انواع وعناوين البرامج ليوم أذاعي كامل من بداية الارسال حتى نهايته مع توضيح وقت بدء كل برنامج ونوعية البرامج من الثابتة وبرامج المنوعات والمسلسلات وبرامج الاعادة والبرامج الحية والمسجلة والمنقولة مباشرة على الهواء مع تحديد تواريخها (أنظر ملحق رقم (١)) كما لابد من تقسيم وقت ساعات الارسال الاسبوعية على انواع البرامج من منوعات واخبارية ودينية وثقافية وبرامج موجهة (زراعية ، تنموية ، صحية ، الى غير ذلك) ومسلسلات وموسيقى وغناء تقسيما عدديا ونسبيا للتأكد من مدى تطابقها مع سياسات المحطة الاذاعية او المتعرف عليها من هذا التقسيم (كما مبينة في ملحق رقم (٢)) بالاضافة الى ضرورة تدوين اسماء ومدة برامج المنوعات والاخبار والثقافة والموجة التي ستذاع عليها أثناء الدورة وعدد مرات تكرار اذاعتها ان كان يوميا او اسبوعيا ثلاث مرات اسبوعيا الى ما شاكل ذلك وتستخدم نفس التقنية عند وضع دورة اذاعية للراديو او للتلفزيون (كما مبينة في ملحق رقم (٣)) .

الخطة اليومية في الراديو : ـ

اهم ظاهرة يجب مراعاتها عند وضع الخطة اليومية هو سريان البرنامج الاذاعي اليومي وعادة مايبدأ البرنامج اليومي في الدول الاسلامية بالقرأن الكريم وفي الدول الاخرى بموسيقى خفيفة سريعة ونشرات اخبار متتالية ومختصرات لما تم

تبطأ سرعة البرامج في حوالي الساعة التاسعة حيث ترسل برامج خاصة بالمرأة وبعض المجلات الاذاعية ذات المحتوى الاخباري الخفيف ثم تزداد نسبة الاخبار والموادَ الاخبارية من الساعة الثانية عشرة ظهراً حتى الثالثة بعد الظهر . ثم تبدأ البرامج الترفيهية ,والتعليمية حتى الساعة الخامسة مساء حيث تبدأ برامج الاطفال . وفي السادسة او السابعة تبدأ البرامج المسائية حتى العاشرة مساء وتكون برامج هذه الفترة مشحونة بالقصص الاخبارية والريبورتاجات ثم تبدأ بعدها برامج السهرة التي غالبا ما تكون مملوءة بالموسيقى والاغاني الشعبية والمسرحيات والمسلسلات . ويستمر ذلك حتى ينتهي اليوم الاذاعي بنشرة مختصرة للاخبار والاحداث اليومية . ويبلغ عدد ساعات البث في المتوسط ١٨ ساعة من السادسة صباحا حتى منتصف الليل . وغالبا ما يقسم مدير البرامج هذا الوقت الى فترات كل منها ثلاث ساعات ومن الملاحظ ان هذه الفترات تتخذ من سرياتها من حيث سرعة الايقاع وسيوله البرامج ومحتواها الاخباري شكلا ومنعطفا دياليكتيا حيث تتسم الفترات الاولى والثالثة والخامسة من ٦ : ٩ ومن ١٢ : ١٥ ومن ١٨ : ٢١ بسرعة الايقاع وزيادة المحتوى الاخباري بينما تتسم الفترات التي تليها بايقاع ابطاء ومحتوى اخباري اقل يعوضه المحتوى الثقافي ، وكما يبين في الشكل رقم (١) الآتي :



شكل رقم (١) يبين منحنى سريان برامج الخطة اليومية)

ويمكن استخدام الشكل الهيكلي لبرامج الخطة اليومية من حيث سرعة او بطء او كثرة او قلة المحتوى الاخباري في جميع الخطط الاذاعية اليومية ذلك لأنه مبنى على نتائج ابحاث سيكلوجية وأجتماعية خاصة بالمستقبل ووجودة الذهني عند

استقبال البرامج ونمط حياته اليومي مع ادخال بعض التعديلات الملائمة عليه ليتلاءم مع البيئة الاذاعية والوظيفية دون المساس بجوهر سريان البرامج اليومية . وتحتم السيكولوجية والاجتماعية للبيئة الاذاعية وللمستقبلين على كل فترة من الست الفترات السابقة وارسال نوعية معينة من البرامج تتضح فيما يلي : ــ

البرامج الصباحية من السادسة حتى الثانية عشرة : ــ

أ ــ الفترة الصباحية الأولى من السادسة حتى التاسعة : ــ ويهتم المخططون لهذه الفترة بالبرامج الموجهة الى الموظفين والعاملين والطلاب حيث توجد أثناء هذا البعد الزمني حيوية وحركة في المنزل أذ يستعد الأباء للذهاب الى أعمالهم والأولاد الى مدارسهم وتعد الأمهات وجبة الأفطار لهم ويُساعدن الأطفال في الأستعداد للذهاب الى المدارس ، وفي هذه الفترة لايمكن أرسال برامج تحتاج الى أنصات وأنتباه مركز بل تتصف : بالمرح والحيوية وقصر الأعلانات والموسيقى السريعة والمشهورة وتفقد الأحاديث والبرامج الأخبارية فاعليتها الا أذا كانت قصيرة ومقسمة الى وحدات متكاملة في حد ذاتها بحيث لا تزيد برامج هذه الفترة على ١٥ دقيقة لكل برنامج . وتغلب على البرامج الموسيقية الخفيفة والسريعة الأيقاع وتشتمل على نشرات أخبارية صباحية قصيرة . كما تصلح لبث المجلات الأذاعية التي تشتمل على مقطوعات أذاعية مختلفة تتخللها أحاديث ونشرات أخبارية وأعلانات وموسيقى على أن يضيف مقدم المجلة الأذاعية عليها حيوية بلباقة في الربط بين العناصر المكونة لها وحسن صوته أثناء الأداء ، ويشترط في مقدم المجلات الأذاعية الصباحية مرح الشخصية ، ويفضل الفلاحون والمزارعون الأستماع الى برامج الأرشاد الزراعي والأخبار والنشرات الحية في الصباح الباكر ، وتتسم هذه الفترة كذلك بتوالي دقات الساعة واعطاء التوقيت في فترات متتالية وقصيرة حتى يمكن لجمهور المستقبلين أن يصلوا الى أعمالهم ومدارسهم في الوقت المناسب دون تأخير .

ب ــ الفترة الصباحية الثانية من الساعة التاسعة حتى الثانية عشرة ظهراً : ــ وفي هذه الفترة يكون أغلب المستقبلين من النساء وربات البيوت اللاتي يستمعن الى الراديو أثناء القيام بأعمالهن المنزلية . ويمكن لبرامج هذه الفترة أن تكون طويلة شريطة معالجتها لأمور وموضوعات نسائية بما فيها تنظيم الأسرة ، ويحسن أن يكون المقدمون والمذيعون فيها من النساء لأستطاعتهن

وصف ومناقشة وعرض كل ما يتعلق بالمرأة ، وتتوالى في هذه الفترة المقطوعات الموسيقية العاطفية وأنواع الأوبريتات الخفيفة والمسلسلات للترفيه عن المرأة أثناء القيام بأعمالها المنزلية .

برامج فترة ما بعد الظهر من الساعة الثانية عشرة حتى الثامنة عشرة : ـ

وينقسم هذا الوقت بدوره الى فترتين.: ـ

أ ـ الاولى من الساعة الثانية عشرة الى الخامسة عشرة : ـ

وغالباً ما تحتوي على نشرة اخبارية مطولة ، وتعتبر هذه الفترة قيمة بالنسبة للعاملين في القطاع الزراعي حيث يكونون في فترة راحة لتناول طعام الغذاء لذلك تصلح لبث برامج الارشاد الزراعي وغيرها من الاخبار التي تهم المزارعين والفلاحين.، ولكون هذه الفترة خاصة بالاسترخاء فانه يمكن ارسال الاحاديث الطويلة والبرامج الثقافية .

ب ـ فترة ما بعد الظهيرة الثانية من الساعة الخامسة عشرة حتى الثامنة عشرة : ـ

وفي هذه الفترة يكن ربات البيوت قد انتهين من فترة الغذاء ، كما يكون التلاميذ والطلبة قد عادوا من مؤسساتهم العلمية ، ولذلك فهي تصلح لبث برامج ربات البيوت فيما يتعلق بمشاكل الأمهات الخاصة بالعناية بالاطفال وصحتهم ، وبرامج الاطفال والبرامج التعليمية وموجز نشرات الاخبار وبرامج الموسيقى الخفيفة والمسرحيات والاوبريتات ولاتصل برامج هذه الفترة للاطفال والشباب والسيدات فقط بل لبعض العاملين في المحلات الصغيرة الذين قد يستمعون للراديو في وقت فراغهم النسبي اثناء العمل ، ولذلك يستحسن ارسال البرامج العمالية الى جانب المباريات الرياضية .

برامج الفترة المسائية من الساعة الثامنة عشرة حتى الساعة الرابعة والعشرين : ـ

وتنقسم الى : ـ

أ ـ الفترة المسائية حتى الساعة الحادية والعشرين : ـ

ويغلب على برامج هذه الفترة النشرات الاخبارية المطولة والتعليقات واقوال الصحف وتقارير المندوبين وموجز نتائج المباريات الرياضية وبعض المواد الموسيقية التي تصاحب وجبة العشاء وبرامج الفترة المسائية موجهة لجميع اعضاء الاسرة في المدن والقرى على السواء وعلى اختلاف طبقاتهم ، وتعتبر هذه الفترة وخصوصاً في فصل الشتاء اهم الفترات الاذاعية اذ يستقبل فيها البرامج اكبر عدد ممكن من المستمعين استقبالاً جسمياً وذهنياً .

ب ـ فترة السهرة فيما بعد الحادية والعشرين : ـ

ويغلب على برامج هذه الفترة برامج الترفيه الخفيفة الطابع من موسيقى وغناء وفنون شعبية وبرامج منوعات بالاضافة الى البرامج الخاصة بالمناسبات كالاعياد الدينية والشعبية والوطنية وغيرها وعموماً على واقعي البرامج ان يكونوا عند ملء الخطة الاذاعية على وعي كامل بطبقات وتوعيات المستقبلين. الذين تهدف المحطة الأذاعية الوصول اليهم وأن يتحاشوا جذب نوع معين. منفرد بالذات من المستمعين..

اضافة لما ذكر مسبقاً من عدد ساعات البث اليومي وتوزيع الفقرات ، فهناك عدد من المحطات الاذاعية تبث ارسالها على مدار اليوم كله اي تبث (٢٤) ساعة يومياً ، مما يستدعي اضافة فترتين اخريين الى الفترات السابقة الذكر وهما : ـ

أ ـ فترة بعد منتصف الليل وتبدأ من الساعة صفر (تبدأ بعد الساعة الثانية عشر ليلاً) وحتى الساعة الثالثة ، وتكون هذه الفترة ملائمة لبث برامج الى طبقة المثقفين. والساهرين (المكلفون بواجبات حراسة او واجبات ليلية ... الخ) وكذلك بث الموسيقى الهادئة والكلاسيكية والاغاني الطويلة وكذلك برامج درامية .

ب ـ فترة الفجر وتبدأ من الساعة الثالثة وحتى الساعة السادسة ، وتكون ملائمة البرامج الدينية والقرآن الكريم والموشحات .

ولاستقطاب انتباه اكبر عدد من المستقبلين يهتم المخططون بعنصري التنويع والترفيه في برامجهم .
كما لابد للمخططين من الاهتمام بالتنسيق بين الاذاعات فمثلاً بث اذاعة معينة موسيقى كلاسيكية او حديثة ذات نوعية عالية لجذب فئة معينة من المستمعين في الوقت الذي ترسل فيه محطة اخرى برامج رياضية او منوعات بينما ترسل محطة ثالثة برامج بلغات اجنبية للجاليات الاجنبية التي تعيش فيها . والمهم في عملية اختيار البرامج عند وضع الخطة هو مراعاة عادات واتجاهات ورغبات المستقبلين في ساعات اليوم المختلفة سواء كانوا في منازلهم او في اعمالهم .

وهذا التنويع المعاصر في البرامج وليد ونتاج خبرة تطورات فنية ومهنية على مر عقود طويلة من السنين ، وكانت الموسيقى تغلب على برامج الراديو في بدء تاريخه حيث كان زمن الارسال لايزيد على نصف ساعة في الاسبوع ، واصعب المشاكل التي كانت تواجه المخططين انذاك كانت تتلخص في كيفية توسيع شهرة هذه الوسيلة عن طريق تحسين البرامج وطريقة وضعها وتنفيذها ، وقد سارع مديرو البرامج الى تلبية رغبات المستمعين فاكثروا من الموسيقى والبرامج الترفيهية لاغراء الجمهور بشراء اجهزة الاستقبال التي كانت مرتفعة الثمن ، ولم يكن اعداد البرامج الثقافية والخاصة بالامر الشائع اللهم الا ما اختص ببعض البرامج الرياضية ، وكانت الاخبار غالباً ما تذاع بطريقة عارضة في المساء بعد ظهور اخر الصحف اليومية التي كانت مصدراً رئيسياً لاستقاء الاخبار النشرات الاذاعية .
وبعد ادخال التحسينات التقنية على الرأديو وانخفاض ثمنه وزيادة انتشاره ادخل على برامجه الكثير من المستخدمات كالتمثيليات والمسلسلات والمجلات الاذاعية والبرامج الثقافية والوثائق وغير ذلك الكثير الى ان وصلت برامجه الى مستواها المعاصر . وتوضح البرامج اليومية طبقاً لعملية سريان البرنامج اليومي السابقة الذكر ومقسمة على فترات الارسال الست في جداول تظهر ميعاد بدء كل برنامج ونهايته واسم البرنامج والقائم به ونوعيته من حيث هو حي او مسجل ورقم تسجيله الى غير ذلك مما هو موضح في الملحق رقم (٤) وهكذا يسير تدوين البرنامج اليومي حتى نهايته على صفحات عديدة .
ومن المعمول به في الاذاعات لضمان تنفيذ الخطة اليومية بدقة ان يسلم معد البرنامج انتاجه كاملاً بكل مايحتاجه اليه من شرائط وموسيقى وغيرها الى مقدم البرنامج ومهندس التسجيل قبل اذاعته بيومين في الاقل ويشترط حضور معد البرنامج اثناء بثه اذا كان من العاملين بالاذاعة .

الخطة اليومية في التلفزيون : ـ

من المشاهد أن هناك تشابهاً كبيراً في المباديء الخاصة بتخطيط البرامج لكل من التلفزيون والراديو نتيجة لطبيعة تطورهما التأريخي والتقني حيث أن التلفزيون وليد الراديو وعلى الرغم من تشابه أهداف الوسيلتين التي تتلخص في أخبار وتثقيف جمهور المستقبلين والترفيه عنه الا أن وسائل عرضهما لبرامجهما مختلفة لأستخدام التلفزيون للصورة كعنصر أساسي في برامجه . كما أن عدد ساعات الأرسال التلفزيوني أقل بكثير من تلك التي للراديو ويرجع السبب في ذلك لأرتفاع تكاليف البرامج التلفزيونية التي تحتاج لوقت طويل ومجهود شاق قبل أن تصل الى درجة الصلاحية للعرض ، وغالباً ما يحتاج أنتاج برنامج تلفزيوني واحد أضعاف ما يحتاجه برنامج الراديو ويدلل على ذلك معرفة تكاليف التقاط منظر واحد لبرنامج تلفزيوني .

وعادة تشمل الخطة اليومية لبرنامج تلفزيوني ثلاثة أقسام رئيسية : ـ

(١) برنامج أفتتاح لجذب المشاهدين اليه .

(٢) جسم البرنامج اليومي الذي يتكون من عدة برامج يفصل بينها الاعلان ، وتمتاز الوحدات المكونة لجسم البرنامج بقصرها وتنويعها ولذا تتحكم برامج الجسم في سرعة البرنامج اليومي وتنويعه ويظهر ذلك حتى في التمثيليات حيث تميل المناظر واللقطات الى القصر والتنويع حتى يمكن الدفع المستمر لتطوير القصة والاحتفاظ بأنتباه النظارة .

(٣) برنامج ختامي قد يطول أو يقصر حسب الوقت والحاجة ، وتتمثل وظيفته في أن يترك أثراً حسناً لدى النظارة .

وكما هو الحال في الراديو تملأ جزئيات برامج الخطة اليومية للتلفزيون طبقاً لرغبات وحاجيات المستقبلين وأوقات مشاهدتهم للبرنامج ، وكلما زادت معرفة الأذاعي بالمستقبلين كلما أمكنه خدمتهم بدقة وفعالية ، وبالتالي فلابد من تحديد نوعية وحجم وأتجاهات وعادات المستقبلين قبل القيام بعمل أي برنامج فعال يهدف الى جذبهم أثناء عرض البرامج المختلفة .

وعند وضع استراتيجية لبرامج الخطة اليومية التلفزيونية يستعين المكلفون بذلك بتحليلات الأحصائيات المتعلقة بجمهور المشاهدين لمحطته والمحطات الأخرى ، وأنواع برامجها .

وتقوم معظم المحطات التلفزيونية بعرض برامجها التي تجذب أكبر عدد من المشاهدين في فترة الغروب أو في المساء المبكر .

ويفضل أرسال برامج الأطفال الذين ليسوا في سن الألتزام في الصباح والبرامج المدرسية والتعليمية في فترة ما بعد الظهيرة وتخصص فترة المساء وبعض فترات اليوم للنشرات الاخبارية والمقابلات الأذاعية وبرامج الأحاديث والمناقشات والريبورتاجات التي تعالج مشاكل الجماهير ، كما يمكن أرسال التمثيليات والمباريات الرياضية وبرامج المنوعات والمسلسلات أثناء فترة النهار أو الفترة المسائية المتأخرة التي يمكن أن تخصص كذلك لأرسال برامج المقابلات والبرامج الترفيهية المتخصصة كالموسيقى والكلاسيكية والمعاصرة والباليه والدراما والأفلام الروائية.(٤)

معوقات الخطة الأذاعية : ـ

يقف أمام المخططين الأذاعيين عند وضع خططهم العديد من العوائق يتعلق بعضها بالمخطط نفسه وطبيعة عمله والبعض الأخر بالمستقبلين الذين تستهدفهم الخطة أو الجانب التقني أو أقتصاديات المحطة الأذاعية . ويتحتم على المخطط الأذاعي كقائد لجماهير المستقبلين من ناحية ومشرف حريص على خدمتهم ومصالحهم من ناحية أخرى أن يتعرف متى وكيف وتحت أية ظروف يمكنه القيام بالوظيفة القيادية وماهي نسب البرامج التي يجب أن تحتويها خطته لتحقق رغبات وحاجات جمهور المستقبلين الأمر الذي يتطلب منه معرفة هذه الرغبات وتلك الحاجات التي يعبرون عنها أو التي لايعرفونها حيث أنه من المشكوك فيه أن يعرف جمهور المستقبلين كل مايرغب فيه في وقت معين، فغالباً ما يقوم الجمهور بأستقبال البرامج تحت أختيارين : أما أن يشغل جهاز الأستقبال أولاً على أية محطة أو قناة وعندما لايحصل على مايرغب فيه يحدد المستقبل أختياره طبقاً لما هو معروض عليه في المحطات أو القنوات المختلفة الأخرى وفي هذه الحالة يكيف المستقبل نفسه مع أقل البرامج أعتراضاً ، وتدل هذه العملية على ضعف البرامج لعدم توافقها مع رغبات المستقبلين ، أما الاختيار الثاني فهو أن يفتح المستقبل محطة معينة في وقت معين لأستقبال برنامج معين أعلن عنه مسبقاً وعندئذ تكيف البرامج الأذاعية نفسها مع جمهور المستقبلين ورغباتهم ويدل ذلك على قوة البرامج وحسن التخطيط لها.(٥)

اهمية التخطيط على المدى البعيد : ـ

التخطيط هو المرحلة التالية لوضع السياسات ، فاذا كانت السياسات الاعلامية والاتصالية هي التي تضع الخطوط العريضة لمسار الانشطة الاتصالية لتحقيق اهداف

معينة ، فان الخطوة المنطقية التالية هي ترجمة هذه السياسات الى خطط محددة لتنفيذها .
فاهمية التخطيط نابعة من اهمية وضع السياسات .

والتخطيط الذي نعنيه هنا هو التخطيط على المدى البعيد او المتوسط الذي يتناول فترات زمنية من سنتين الى خمس سنوات ، وليس التخطيط الفصلي كل ثلاثة اشهر الذي تقوم به الخدمات الأذاعية والتلفزيونية فيا يتعلق بالبرامج ، ولهذا اهميته على الاخص بالنسبة للأذاعة والتلفزيون .

ذلك ان تأثير الأذاعة والتلفزيون ينصب اول ما ينصب على الثقافة بمعناها العام والتي تشمل القيم والمواقف والاتجاهات وانماط السلوك . وهذا التأثير لا يحدث بطريقة فورية ، بل ان الأذاعة والتلفزيون تترك آثارها على المدى الطويل .

فالقيم والمواقف والاتجاهات الفكرية والعاطفية وانماط السلوك الاجتماعي لا يمكن تغييرها او تعديلها او تأكيدها الا على فترات من الزمن تطول او تقصر وفق طبيعتها ومدى تغلغها في نفس الفرد والجماعة ، ووفق قوة مؤثرات التغيير او التعديل او التأكيد . واذ كانت الأذاعة أو التلفزيون من قوى التأثير الكبرى في هذا المجال فان هناك قوى اخرى تشترك معها في التأثير اهمها المدرسة والاسرة ووسائل الاتصال الجماهيرية الاخرى الموجودة في المجتمع وقادة الراي الذين يتأثر بهم الفرد والجماعة في الحياة اليومية . وهذا كله يتتبع ضرورة اخضاع الأذاعة والتلفزيون لتخطيط واع على مدى فترة زمنية طويلة يوجه فيها نشاطها نحو اهداف ثقافية محددة في اطار سياسة اتصالية اكثر شمولاً تتسع للمؤثرات الثقافية الاخرى . ذلك ان تخطيط برامج الأذاعة والتلفزيون على مدى فترات قصيرة لا يمكن ان يؤدي الى اي تأثير ثقافي عميق الجذور ، اذ ان تأثيرها في هذه الحالة لن يعدو اضافة مجموعة من المعلومات والاخبار المختلفة وتقديم مجموعة اخرى من برامج الترفيه التي لن تترك الا أثراً سطحياً في نفس المستمع أ المشاهد وفي ضمير الجماعة . واذا كان فيا قدمنا ما يصلح لان يكون الاساس النظري لضرورة وجود تخطيط اذاعي ، فأن هناك مجموعة من الأعتبارات العملية تؤكد ضرورة الأخذ بنظرية التخطيط في مجال الراديو والتلفزيون .

فانتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية منها على وجه الخصوص لا يتم في كثير من الاحيان في اطار دورة براجية مدتها ثلاثة اشهر بل لابد لكي يعد الاعداد المناسب وينفذ باستخدام الاساليب الفنية الحديثة والمتطورة دائماً ، ان توضع خططه على اساس سنة او سنتين ويكفي ان تقول ان اية مسلسلة تلفزيونية فيلمية محددة بثلاث عشرة حلقة تستلزم سنة على الاقل لانتاجها من بدء وضع الفكرة الى

تسليم نسخة الحلقة الاخيرة .. اما مشروعات البرامج الوثائقية المترابطة ـ خصوصاً اذا اقتضت الانتقال الى خارج القطر ـ فان انتاجها يستلزم سنتين في الاقل .. واما مشروعات الانتاج الطموح فيتم انتاجها على فترات اطول كثيراً من هذا .

يضاف الى ذلك ان مستلزمات البرامج من الاجهزة الدقيقة والمعدات الفنية ليست في معظم الاحيان كالبضائع المطروحة في الاسواق .. حتى العالمية منها .. يذهب الانسان ويشتري منها وفق احتياجاته .. بل ان الحصول عليها يقتضي طلب اعدادها بمواصفات خاصة من الاماكن المنتجة لها .. وكثيراً ما تقتضي هذه العملية منذ بدء وضع المشروع الى تمام تنفيذه ، مدداً تتراوح بين سنتين وخمس سنوات ، وهذه الاجهزة والمعدات لازمة لأية خدمة أذاعية أو تلفزيونية نريد ان تأخذ بمقتضيات التطور العالمي في مجال العلوم التطبيقية وصولاً الى زيادة التأثير ، او تريد ان توسع نطاق خدمتها من حيث كم البرامج المنتجة او من حيث الرقعة التي يغطيها الارسال . واذا كان هذا صحيحاً فيما يتعلق بمستلزمات البرامج من الاجهزة والمعدات اللازمة لعمليات التشغيل الفني والهندسي . فاعداد الفنيين اللازمين وتدريبهم التدريب المناسب على نوع العمليات التي سيعهد بها اليهم يقتضي ايضاً فترات طويلة من الزمن تتوقف على نوع التدريب المطلوب والمستوى الثقافي للمتدربين وامكانيات الحصول على فرص التدريب في داخل القطر او خارجه.[٦]

مجالات التخطيط الاذاعي والتلفزيوني : ـ

لابد أن يراعى في وضع الخطط الاذاعية والتلفزيونية على المدى البعيد أن هناك مجالات مختلفة لهذه الخطط وانها لاتنصب فقط على البرامج وأن كانت البرامج هي المجال الاساسي لها .
فهناك الخطط المتصلة بمدى البث أي حجم الرقعة الجغرافية التي يغطيها الارسال وبنوعيته ودرجة جودته ووضوحه .

والى جانب هذا فأن أية خطة لابد لتنفيذها توافر العناصر البشرية القادرة على التنفيذ ولا يمكن أن يتم هذا الا بوضع ضوابط معينة لعملية الاختبار وسياسات دقيقة لعملية التدريب التمهيدي والانعاشي ، سواء تم ذلك في داخل القطر او خارجه على المستوى القومي او المستوى العالمي .

ويتصل بخطة التدريب في توفير العناصر البشرية اللازمة لتخفيف الخطة البرامجية الاصلية ومجموعة الخطط المعاونة ، وضع خطة للحوافز المادية والتشجيعية لضمان الوصول لاى اعلى مستوى ممكن من الانتاج .

ولما كان المال هو العصب المحرك لكل العمليات الاذاعية والتلفزيونية ، وهي بطبيعتها عمليات باهضة التكاليف ، فينبغي وضع خطة معاونة للخطة الاصلية لتدبير الموارد المالية اللازمة سواء ماكان منها بالعملات المحلية أو العملات الاجنبية (والعملات ، الاجنبية ضرورية للحصول على بعض المواد اللازمة للخطة سواء كانت في شكل اجهزة او برامج او خدمات).

وصحيح أن الخدمات الاذاعية والتلفزيونية في كل الاقطار العربية فيما عدا استثناءات محدودة هي مؤسسات حكومية تعتمد في ميزانيتها على ماتوفره الدولة من موارد في ميزانيتها العامة الا أن قدرة الاذاعة والتلفزيون في الحصول على موارد اضافية لاشك ستتيح لها فرصة اوسع لتحقيق اهدافها العامة والثقافية منها بوجه خاص.

وصحيح أيضاً أن موارد الخدمات الاذاعية والتلفزيونية الحكومية في كثير من الاقطار العربية تدخل في الميزانية العامة للدولة ـ باعتبارها موارد عامة للدولة وليست موارد مخصصة للاذاعة والتلفزيون ـ الا أنه من السهل وقد استطاعت الاذاعة والتلفزيون تدبيرها أن يتفقا مع السلطات المالية في الدولة على الحصول على مقابلها من الموارد المخصصة له في الميزانية العامة.

ينبغي أذن على الاذاعة والتلفزيون أن يسعيا للحصول على موارد مالية اضافية لكي يضمنا تنفيذ خططها ، وهذه الموارد قد تتمثل في حصيلة بيع مساحات زمنية من البرامج للمعلنين بشرط عدم تعارض الرسالات الاعلانية مع الاهداف الثقافية والعامة التي تسعى الاذاعة والتلفزيون الى تحقيقها . وقد تتمثل في بيع انتاجها الى المحطات العربية الاخرى او المقايضة لها . وقد يتمثل في العمل على زيادة توزيع اجهزة الراديو والتلفزيون على المواطنين في الاقطار التي تفرض رسوماً على حيازة هذه الاجهزة . ولكن الاهم من هذا كله هو مقدرة الاذاعة والتلفزيون على الحصول على مشاركات مالية من اجهزة الدولة التي تستعين بالاذاعة والتلفزيون في اداء خدماتها ، والتي تتفق خدماتها عن طريق الاذاعة والتلفزيون مع الخطة البرناجية للخدمة الاذاعية والتلفزيونية ذاتها ، فالسلطات المسئولة عن التعليم المدرسي أو الجامعي مثلا أو المسؤولة عن تعليم الكبار أو المسؤولة عن الثقافة العامة أو المسؤولة عن الارشاد الصحي والارشاد الزراعي كلها تريد ، وينبغي لها أن تعمل على الاستعانة بالاذاعة والتلفزيون في ادائها لمسئولياتها . وهذا يتفق تماماً مع الاهداف التي ينبغي للاذاعة والتلفزيون أن يعمل على تحقيقها في اطار خطته العامة.

وأذا كان هذا الجانب المالي من الموضوع هاماً في ذاته ، الا ان قيامه يستتبع بالضرورة خلق اجهزة مشتركة بين الاذاعة والتلفزيون والسلطات المسؤولة عن الخدمات المختلفة عن طريق الاذاعة والتلفزيون ، وهذه الاجهزة هي في حقيقة الأمر لصالح الطرفين معاً ذلك أنها ستتيح الفرصة للقاء المسؤولين في الاذاعة والتلفزيون بالمسؤولين عن قطاعات الخدمات المختلفة .. ونتيجة هذا اللقاء مشاركة في الخطة من الجانبين ، الجانب المسؤول عن الموضوع والجانب المسؤول عن الشكل الاذاعي والتلفزيوني للموضوع ، وهو مايتيح للاذاعين والتلفزيونيين أن يكونوا على بينة من خطط التنمية الاجتماعية التي يطالبون بخدمتها عن طريق براجهم ، كما ينتج للمسؤولين من القطاعات المختلفة في خطط التنمية الاجتماعية أن يكونوا على بينة من متطلبات العمل الاذاعي والتلفزيوني فيشكلون موضوعاتهم الاذاعية والتلفزيونية وفق هذه المتطلبات مما يزيد من فعالية وتأثير البرامج الاذاعية والتلفزيونية المتعلقة بهذه الموضوعات .

التخطيط الاذاعي والتلفزيوني يستلزم أذن وضع خطة أصلية للبرامج ترتبط بها مجموعة من الخطط المعاونة في المجالات الاخرى ، بالاضافة الى مجموعة الخطط التفصيلية المتفرعة عن الخطط العامة أو الخاصة بقطاعات العمل المختلفة(٧) .

التنسيق والبرمجة الاذاعية والتلفزيونية : ـ

يؤكد الاختصاصيون في علم النفس والتربية النفسية أن مهمات التخطيط والبحث والتنسيق والمتابعة من أهم وسائل نجاح الاذاعة والتلفزيون سواء كان ذلك على مستوى القطر أو المستويين العربي والعالمي لأن المستلم الانسان ، هو واحد في المعمورة وقد يختلف هذا عن ذلك بنواح ولكنه سيلتقي معه في نواح اخرى .

إن العلم والثقافة والتعليم والوسط مميزات يتطبع بها الانسان منفعلا أو متفاعلا أو يتطبع خلالها ، والاذاعة أو التلفزيون (غير المحدودة) في مخاطبتها لجمهرة من الناس تعي هذه المسؤولية وتعمل بموجب مخطط عام مجزء وفق حاجاتها وامكاناتها ولاشك في أن البحث والتقصي ، من ومن ثم دراسة نفسيات واجواء واهواء ورغبات وحاجات وطموحات وامال وميول المستمعين والمشاهدين غاية لاتدرك ، وليس هناك اذاعة على الاطلاق استطاعت ارضاء كافة المستمعين والمشاهدين غير أنها لاتلقي السلاح جانباً ولاتستسلم لليأس وتعلن فشلها ، بل تعمد الى دراسة اسباب كل فشل يصادف براجها وتطور تلك التي اصابت نجاحاً لتصل الى المستوى المطلوب .

إن جمع الحقائق عن المواطنين وتقسيمهم الى فئات وفق قواعد ثابتة مستندة الى الاسس العلمية والفسلجية والسايكولجية ضرورة ملحة لتطور أية اذاعة وأن تقسيم المنهاج اليومي الى فقرات تتناسب وضرورة مخاطبة الجماهير بجانب تأطيرها بما يغري المستمع والمشاهد واختيار فترات سماع جيد يقودنا الى ضرورة وعي طبيعته التكوين الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والسياسي للمجتمع ، وما ينطبق على المواطنين داخل القطر لاينطبق على اولئك الذين يقطنون خارجه (شمال افريقيا) أو اوربا بشطريها الغربي والشرقي ... الخ).

أذن فتقسيم المنهاج اليومي (في أقل تقدير) يحتاج الى خبرات ودراية وسعة اطلاع ومعرفة تامة ومسبقة لمن يراد مخاطبتهم ، وبالتالي تتضامن مجموعة من العاملين الاذاعين أو التلفزيونين من فنين وكتاب ومؤلفين في هذه المسؤولية التي تبدأ من جهاز التخطيط والمتابعة والتنسيق لتشمل كافة الاجهزة الاذاعية والتلفزيونية الاخرى ، ولاشك في ضخامة هذه المسؤولية وتعقيداتها بجانب أهميتها القصوى لنجاح البرامج الاذاعية والتلفزيونية وتحديد نجاحها أو فشلها . كم هو عدد الذكور؟ وكم هو عدد الاناث؟ وماهو حجم المتعلمين والمثقفين والاميين؟ وأية فئة تشكل نسبة أكبر من مجموع المواطنين، من فلاحين. أم العمال أم من الموظفين أم من النسوة الخ؟ ثم أية أوقات يمكن استغلالها لمخاطبة المرأة؟ وكيف تحدد زمان استماع او مشاهدة الفلاحين؟ وماهي مواصفات مخاطبة العمال وفي أية اوقات يتم ذلك؟ ترى هل أن الصغار يتشوقون الى البرامج المحدودة بالحكاية البسيطة أم الى المسلسل الخيالي المطعم بالنكرة أو الافكار التي يراد ايصالها لهم؟ ام من خلال اغنية تتناسب وقدراتهم في الفهم ووعي مضامينها؟ والمثقف الذي يستمع او يشاهد الاذاعات الاخرى ويجد في موادها مبتغاه كيف تعمد الى كسبه ومن ثم تفاعله مع برامجها والاستفادة من قدراته؟ وهل أن سماعه للأدباء المشهورين وهم يتحدثون اليه مباشرة يحقق ذلك أم أن تقديم اشهر نتاجاتهم الادبية ، بعد ذلك اية اوقات يمكن استغلالها لصالح المثقفين وهل انهم بحاجة الى ادب من نوع معين؟ تلك ملامح اولية ومواصفات مبدئية لتخطيط منهاج يومي واحد فكيف تستطيع تخطيط مناهج اسبوعية وشهرية ومن ثم نضع دورات اذاعية فصلية ناجحة للاجابة على ماتقدم حرى بنا ان نلقي الضوء على مهام التنسيق الاذاعي (على الاقل) ومن ثم نصل معاً الى جواب مقنع ومرض لكل الاسئلة المارة في المقدمة وبعد هذا نضع مخططاً ناجحاً لتنسيق وتخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية ومتابعتها ...

١ ـ التنسيق ومخاطبة الجماهير : ـ

تتلخص مسؤولية قسم التنسيق ، في ضرورة امتلاك تصور عميق عن مهامه ومستلزمات عمله ، ومن الضرورة بمكان أن يترأس هذا الجهاز المهم مسؤول مثقف ومدرك لواجباته ويتمتع بتميال خصب وامتيازات كبيرة تمكنه من تحريك كادره والوصول الى أهداف قسمة بأيسر السبل وتنفيذها بسرعة ودقة ، أن اتصاله بالجماهير غير كادرة وفرز مقترحات واراء وملاحظات ونقد المستمعين أو المشاهدين وتنسيقها مهمة تأخذ الاولوية في مراكز مهامة مجتمعة ولابد للقسم من الوقوف على تنسيق ومخطط الاذاعات الاخرى معادية أم صديقة سواء كان ذلك من خلال شعبة الانصات والرقابة او من خلال الاستماع والمشاهدة والمتابعة فمتابعة برامج الاذاعات الاخرى ومعرفة اوقات بثها وطبيعة ونوعية واهداف برامجها ضرورة في عملية التنسيق بيد أن المسح المستمر لأصوات وطاقات وقدرات وامكانيات المستمعين والمشاهدين في داخل القطر والحث فيها تبقى المعين الذي لاينضب لمنافسة تلك الاذاعات في براجها وايجاد التأثير لها في مجمل برامج الاذاعات الاخرى .

اما ملاحظة البرامج المنفذة فعلا ومراقبتها وتطعيمها بالجديد وبشكل مستمر ضمن خطها العام فيتقاسم مسؤوليته المعد أو الكاتب والمنفذين والمخرج وقسم الانصات والمراقبة الداخلي ومن ثم قسم التنسيق والمتابعة (ان وجدا) لاقسم التنسيق بمفرده ، ويكون القول الفصل في الملاحظة والرأي الذي يكونه عادة من خلال التنقيح والمراقبة والاطلاع على اراء المساهمين في تقبله من المستمعين والمشاهدين. هناك برامج قد تستمر لسنوات عديدة دون ان تخرج عن طابعها المعتاد كطلبات المستمعين والمشاهدين او غيرها من البرامج التي لا مجال لتطويرها (على حد زعم المخرج) غير ان مهمة قسم التنسيق تبقى محل السوال عن سبل تطويره والتجديد فيه ، فليس هناك برنامج لا يتطور كما ليس هناك حق جاهز ومكتمل لعناصر نجاحة ان فقد احدها فقد نجاحه . والامثلة كثيرة وهناك رأي يدعوا الى ضرورة ادخال فقرات جديدة في البرنامج الاذاعي والتلفزيوني وبتر تلك التي تفقد قيمتها باستمرار بثها .

قد يسأل البعض عن علاقة تقديم البرنامج في التنسيق والجواب انها علاقة عضوية ذلك لان موقع قسم التنسيق في الاذاعة والتلفزيون كموقع القلب في جسم الانسان تماماً فقسم التنسيق يغذي الاذاعة والتلفزيون في البرامج ويتابع مراحلها منذ تخطيطها وتحديد وقتها وحتى ارسالها ومن ثم تأثيرها على المساهمين (المستمعين والمشاهدين) ومعرفة نتائج ذلك سلبياً وايجابياً .

(٢) ـ روافد البرامج الاذاعية ـ

بعد ان عرفنا اتصال قسم التنسيق بالجماهير وتأثير ذلك على المساهمين ودور الاذاعة والتلفزيون لابد من الاشارة الى دوره في اغناء الاذاعة والتلفزيون بالكتاب والمعدين والفنانين من المعروفين واكتشاف غيرهم ومحاولة الاستفادة منهم في برامجها العديدة منطلقين من مبدأ ـ [الشخص المناسب في المكان المناسب] ـ مجانسين بين هذا المبدأ ومبدأ ـ [البرنامج المناسب في الوقت المناسب].

إن مهمة قسم التنسيق في الاتصال بالادباء والفنانين والشعراء وغيرهم من ذوي الاختصاص والاستفادة من امكاناتهم ضرورة ملحة (ان لم يكن هناك قسم للعلاقات) يأخذ على عاتقه هذه المهمة، فبجانب الاستفادة المستمرة من امكانات المتعاملين مع الاذاعة والتلفزيون تبقى حاجاتها الى الجدد ويمثل حاجاتها الى الجديد من البرامج وتطوير المتوفر لديها.

(٣) كيف تصل الى برمجه اذاعية ناجحة؟

حين تتضافر كافة الجهود ويتم التنسيق بينها نصل الى برمجة ناجحة فأتصال قسم التنسيق المستمر بالادباء والفنانين والمفكرين والشخصيات السياسية والاجتماعية والاستئناس بآرائهم وملاحظاتهم والاستفادة من خبراتهم وطاقاتهم او استطلاع آراء المستمعين والمشاهدين والوقوف عليها يضعنا على اعتاب نجاح مستمر في البرمجة الاذاعية ثم ان اختيار الاوقات المناسبة للبرامج والاغاني والموسيقى عامل مساعد على اصابة الهدف فحين توجه برامج لرب الاسرة يجب أن نفكر بوقت عمله ووقت راحته ثم تستخرج وقت استعداده لتقبل اللاحظة او البرامج الموجه والتفاعل معه، كذلك الحال بالنسبة للمرأة والقطاعات الشعبية الاخرى. ان مشاركة المنظمات الجماهيرية والمهنية في وضع البرامج ومراجعتها لتلافي النواقص تبقى من الضروريات الاساسية لنجاح البرامج وخاصة تلك الموجهة اليهم بشكل مباشر. وبالنتيجة فأن البرمجة الاذاعية والتلفزيونية الناجحة تحتاج الى عناصر عديدة (متضامنة ومتكاملة) مكملة بعضها للبعض الاخر، يمكن ايجازها بالنقاط التالية: ـ

(١) حرية عمل قسم التنسيق على المستوى الداخلي والخارجي.
(٢) تظافر جهود كافة العاملين في القسم وتقسيم اعمالهم وفق حاجاته ومستلزمات العمل فيه.

(٣) امتلاكه جهازاً استطلاعياً واعياً لمهامه كشعبة للعلاقات
(٤) بحثه المستمر عن افضل صيغ العمل الاذاعي والتلفزيوني الناجح .
(٥) التعقيب والتنقيب المستمرين عن روافد تغذي الاذاعة والتلفزيون وبرامجها والملاحظات والاراء .
(٦) امانته في نقل النقد الموجه للاذاعة وبرامجها والعاملين على تنفيذها .
(٧) وقوفه على التطورات المستمرة في الاذاعات الصديقة والمعادية وغيرها .
(٨) معرفته التامة بدقائق العمل الاذاعي او التلفزيوني .
(٩) مواصلة مسح القطر للوقوف على الطاقات والاصوات الجديدة الجيدة والاستفادة منها .
(١٠) دراسة اذواق المستمعين والمشاهدين والوقوف المستمر على ملاحظاتهم وتنفيذ الصالح والمناسب منها .
(١١) دراسة الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في حالة تخطيط ووضع البرامج .
(١٢) معرفة الاوقات الزمنية للاقطار المجاورة والمستقبلة للبث الاذاعي والتلفزيوني خاصة عند وضع البرامج الخاصة بها .
(١٣) اختيار الاغاني المناسبة للبرنامج سواء كان ذلك قبل اذاعته او بعده للحفاظ على الجو النفسي للمستمع والمشاهد .
(١٤) تقسيم فترة البث الاذاعي والتلفزيوني الى اجزاء مترابطة تعتمد العملية والتخطيط المدروسين .
(١٥) الاستئناس باراء العاملين في الاذاعة والتلفزيون كافة من خلال استطلاع آرائهم مرة كل ثلاثة اشهر وكذلك استطلاع آراء المنفذين والمخرجين بشكل خاص مرة في الشهر .
(١٦) استطلاع آراء الكتاب والمعدين والمتعاونين مع الاذاعة والتلفزيون من الخارجيين من برامج الاذاعة والتلفزيون كافة ومطالبتهم بأيداء ا لملاحظات والنقد .
(١٧) ملاحظة البرامج المنفذة عند بثها ويحبذ هنا الاستماع اليها او مشاهدتها قبل بثها وذلك عن طريق ايجاد شعبه للانصات تأخذ على عاتقها مراقبة البرامج وتطورها وتسجل تواقعها وتودع نسخة من ملاحظاتها لدى مسؤول قسم التنسيق .
(١٨) عقد ندوات اسبوعية او شهرية مع المنفذين والمخرجين والوقوف على ملاحظاتهم ونقدهم وآرائهم المختلفة حول البرامج وتنفيذها .

(١٩) سماع آراء المسجلين ومهندسي الصوت والمصورين وملاحظاتهم حول طبيعة اخراج وتسجيل البرامج وملائمة الاصوات والاشكال لها .
(٢٠) ضبط مواعيد بث البرامج والالتزام بها .

وبالتالي فأن مسؤولية كافة اقسام وشعب الاذاعة او التلفزيون متضامنه مع قسم التنسيق والعلاقات ضرورة تستلزمها طبيعة البرمجة الاذاعية والتلفزيونية الناجحة وانفراط شملها يؤدي الى الفشل في بعضها او في جزء كبير منها لان طبيعة العمل فيها جماعي منظم . واخيراً كي يقوم قسم التنسيق بواجبه بالصورة يفضل ان يضم الشعب التالية .

(١) شعبة العلاقات : ـ وتنقسم مهامها الى علاقات عامة خارجية وداخلية اي على مستوى الاذاعة والتلفزيون في داخلها وفي داخل القطر وخارجه
(٢) شعبة التخطيط : ـ وتأخذ على عاتقها تخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية ووضع صيغ ثابتة لكل برنامج وتوضيح ابعاده ومهامه والغاية من ايجاده سواء كان ذلك بالتعاون مع كاتبه او معده او بالتعاون مع الجهات المختصة بالتخطيط .
(٣) شعبة المتابعة : ـ وتتلخص مهامها في متابعة توفير النصوص الاذاعية والتلفزيونية ومتابعة تنفيذها وحفظ المهم منها في مكتبة التسجيلات الاذاعية والتلفزيونية .
(٤) شعبة الانصات : ـ وتتركز مهمتها في الاستماع الى البرامج قبل واثناء بثها .
(٥) شعبة التسجيلات : ـ وتكون مهمتها بتسجيل كافة البرامج المبنية من الاذاعات والمحطات الصديقة والمعادية وكذلك الاغاني يمكن توفيرها للاذاعة والتلفزيون
(٦) شعبة الترجمة : ـ تقوم بترجمة الاخبار والبرامج سواء من اللغات المحلية والاجنبية او استخلاص اهم ماورد فيها من ارقام وآراء وملاحظات .
(٧) شعبة التنسيق : ـ وهي تمارس مهمة التنسيق في داخل الاذاعة والتلفزيون من خلال برامجها ودورانها ومنهاجها اليومي او تنسيق ملاحظات وآراء المواطنين وتقديم دراسات وآراء المسؤول في القسم الذي يرفعه بدوره الى المدير الذي اعلى منه او المدير العام .
(٨) الاحتفاظ بسجل عام يتضمن عناوين وهواتف كافة المتعاملين مع الاذاعة والتلفزيون .

(٩) شعبة المكتبة والتي يجب أن تضم كافة احتياجات القسم من تسجيلات ومؤثرات وموسيقى واشرطة اخرى بجانب احتفاضها بدراسات وملاحظات عن كافة المتعاملين معها من مطربين. ومؤلفين. وملحنين وكتاب وموسيقين وموزعين. وغيرهم .

(١٠) تثبيت تواريخ كافة المناسبة الوطنية والقومية المحلية منها والعربية والعالمية لوضع البرامج الخاصة بها في اوقات مسبقة .

ولكي يؤدي قسم التنسيق مهامه بشكل ناجح من الضرورة بمكان ان يضم بجانب المسؤولين العاملين مختص في علم النفس وعلم الاجتماع والاستئناس بآراء المختصين من سياسين. وممثلين عن الجامعة والمنظمات المهنية والشعبية والاحزاب التقدمية والمجالس الشعبية والاحزاب التقدمية والمجالس الشعبية وغيرها لتكون النتيجة في كل الاحوال منبثقة عن رأي الاكثرية الممثلة للجماهير في تخطيط البرامج وتنسيقها اضافة الى آراء رؤساء الاقسام الاخرى ومن يجد القسم ان الحاجة الى آرائهم ضرورية ومهمة لانجاز مهامه بشكل سليم ومتكامل لعناصر النجاح بجانب ضرورة الاستعانة بأرشيف متكامل عن الاحداث والوقائع المحلية والعربية والعالمية بجمع كافة الحقائق والارقام والاحصاءات والتواريخ والاسماء وغيرها مما تحتاجه الاذاعة والتلفزيون من اعمالها الطارئة والملحة والمفاجئة لتلافي اي نقص في اعداد برامجها ومن الضروري تشكيل شعبة في قسم التنسيق تسمى (شعبة الطوارى) لوضع البرامج الطارئة والمناسبة الملحة في الوقت المناسب والحظة المناسبة .

مفهوم البرامج الاذاعية والتلفزيونية ـ ـ اعدادها وانتاجها : ـ

بعد رسم السياسة البرامجية للاذاعة والتلفزيون من قبل اللجان الاستشارية العليا يكلف مدير عام المؤسسة في تطبيقها وتنفيذها ويباشر مدراء المؤسسة واقامها المختلفة في الاذاعة والتلفزيون بأعداد وانتاج برامجهم حسب ماخطط لها في الدورة الاذاعية وهناك بعض الملاحظات الضرورية والهامة بشأن اعداد وانتاج البرامج الاذاعية والتلفزيونية واهمها : ـ

١ ـ الفهم والادراك العام في اختيار مضمون البرامج المرسومة وفهم استخدامها في تحقيق الهدف الذي رسم لها بشكل غير مباشر .

٢ ـ استخدام كل طاقات التلفزيون بالتعبير عن الخبر صورياً لاكلامياً وبالتالي اقناع المشاهد عن طريق الصور بالابعاد الانسانية والثقافية والاقتصادية

التي حصلت لدى المواطن من خلال المنجزات والمكاسب التي حققتها الدولة لعرفها خطابياً او كلامياً او الاكتفاء بعرض مشاهد منها دون تحليلها .

٣ ـ برامجة مفردات الدورة الاذاعية والتلفزيونية حسب الجماهير الموجهة لها من جهة واختيار الوقت المناسب لها بدقة .

ان وقت بث البرامج ومدتها ثم مكانتها في الدورة وكذلك انسجامها مع البرامج السابقة واللاحقة هي امور ضرورية في انجاح الدور الاذاعي والتلفزيوني وتحقيق اهدافه ـ كما ان الالتزام في الاجتماعات الاسبوعية والشهرية الدائمة لممثلي الوحدات الانتاجية ومستشاري البرامج الاذاعية والتلفزيونية والمستشارين الذين يختارون ويعدون البرامج هي ايضاً خطوط ضرورية في تطوير الاذاعة والتلفزيون واحيائها ـ ـ كما ان اعتماد سيأسة واضحة وثابتة ومنظمة فيما يخص استقبال النصوص الاذاعية والتلفزيونية وكتاباتهم هي ضرورة حتمية في اغناء وتزويد الاذاعة والتلفزيون بمواضع فكرية وثقافية تسمح له ان يكونا من خلال تنوع مواضيعها بيتاً للفكر والخلق والابداع .

انطلاقاً من هذه المعطيات ومن الادارك لكون الاذاعة والتلفزيون موضع اهتمام جميع القطاعات الجماهيرية فان هذه القطاعات مدعوة الى المساهمة في صناعة الاذاعة والتلفزيون وتقديم المقترحات والانتقادات والتوجيهات الى قسم البحوث في الاذاعة والتلفزيون وفيما يلي التوصيات المنهجية التي تخص البرمجة والتخطيط والاعداد الاذاعي والتلفزيوني : ـ

١ ـ تحديد الاهداف القريبة والبعيدة المطلوب من البرامج الاذاعية والتلفزيونية تحقيقها في فترة محددة .

٢ ـ وضع خطة مفصلة متناسبة مع هذه الاهداف .

٣ ـ تحديد مفردات مضامين برامج هذه الخطة .

٤ ـ متابعة تنفيذ هذه المفردات والوقوف على مدى احترام تحقيق مضامينها المرسومة .

٥ ـ تقييم هذه الخطة كل ثلاثة شهور ودراسة الاسباب التي حالت دون تحقيقها كاملة من خلال متخصصين في ميدان الاعلام .

٦ ـ الاستفادة من التقييم الايجابي والسلبي في اعداد الخطة اللاحقة والمتكاملة مع السابقة .

٧ ـ اجراء البحوث والدراسات مع جماهير المستمعين والمشاهدين ونقل ارائهم ورغباتهم لمعدي ومنتجي البرامج .

٨ ـ اعتماد هذه النتائج ومناقشتها مع المسؤولين لتقويم دوراتهم الاذاعية والتلفزيونية المقبلة .

٩ ـ تقييم دورة الاذاعة والتلفزيون في المساهمة في تحقيق خطة التنمية القومية .

١٠ ـ تشكيل لجنة ممثلة لكافة القطاعات الجماهيرية لمناقشة البرامج الاذاعية والتلفزيونية كل ستة اشهر .(٩)

الخلاصة : ـ

وخلاصة ماتقدم فأن عملية التخطيط والبرمجة الأذاعية والتلفزيونية تمر بمراحل متسلسلة منذ بدء التفكير في التخطيط وحتى تنفيذ الخطة وهي كما يلي : ـ

المرحلة الاولى : هي تحديد الهدف من تخطيط البرامج (الاذاعية والتلفزيونية) حيث ان الهدف من التخطيط والبرمجة هو مخاطبة العقل لنقله من حالة الى حالة أفضل بحيث يكون أيجابياً مع خطة الدولة المركزية ومن الاهداف التي تهدف اليها خطة الدولة المركزية داخلياً وخارجياً ، وفي حالة التخطيط والبرمجة يعتمد على اسلوبين أساسيين في مخاطبة الرأي العام هما : ـ

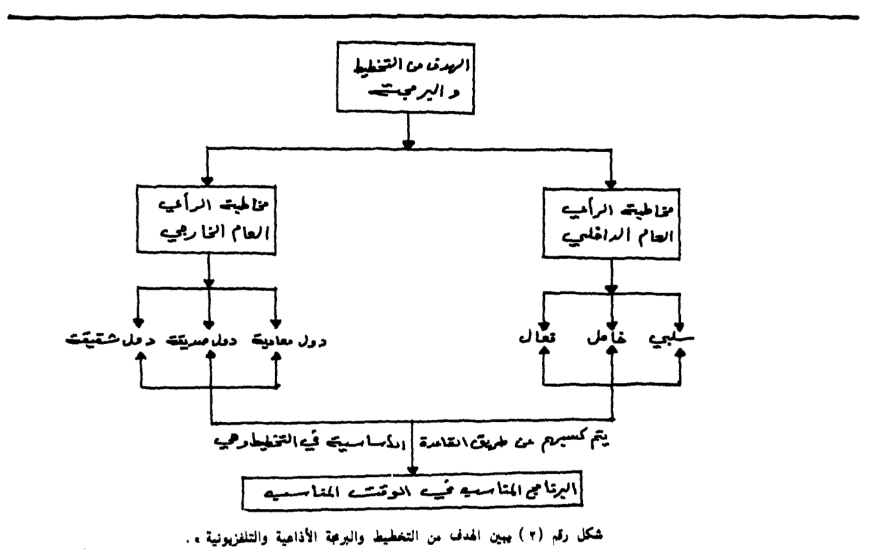
أ ـ مخاطبة الرأي العام الداخلي ، المتجزأ الى سلبي وخامل وفعال ، ويصطلح عليه المخاطبة الداخلية .

ب ـ مخاطبة الرأي العام الخارجي والذي يتكون من دول صديقة وشقيقة ومعادية .

وفي كلتا الحالتين يجب مخاطبة المتلقي الداخلي والخارجي عقلانياً وعاطفياً لأقناعه بالمفاهيم العامة لخطة الدولة المركزية وفي كلتا الحالتين الهدف هو كسب المتلقي وتحويلة الى حالة من حالات التفاعل البناء وتبني أفعال خطة الدولة المركزية وذلك من خلال القاعدة الأساسية في التخطيط وهي البرنامج المناسب في الوقت المناسب ، وكما مبينة في الشكل رقم (٢) الأتي .

المرحلة الثانية : تحقيق هدف التخطيط والبرمجة .

وللوصول الى هدف التخطيط والبرمجة تتم دراسة وتحليل الكثافات السكانية لمعرفة المستوى الثقافي والعادات والتقاليد والأنتماء الطبقي واللغة وكذلك معرفة النواحي الأقتصادية والاجتماعية والنفسية والثقافية والسياسية .. الخ .



شكل رقم (٢) يبين الهدف من التخطيط والبرمجة الأذاعية والتلفزيونية .

للفرد والمجتمع لكي نصل الى تحديد البرنامج المناسب ولغة التخاطب لكل شريحة وكذلك يتم تحليل برامج الأذاعات الموجهة بصورة عامة لمعرفة الوقت المناسب لبث البرامج ، وهذا كله يتم عن طريق لجان أستشارية متخصصة ، وبهذا نصل الى القاعدة الأساسية في التخطيط والبرمجة وهي البرنامج المناسب في الوقت المناسب والتي توصلنا الى هدف التخطيط والبرمجة . وكما مبينة في الشكل رقم (٣) الأتي :

المرحلة الثالثة : ـ نشر البرامج على الخطط

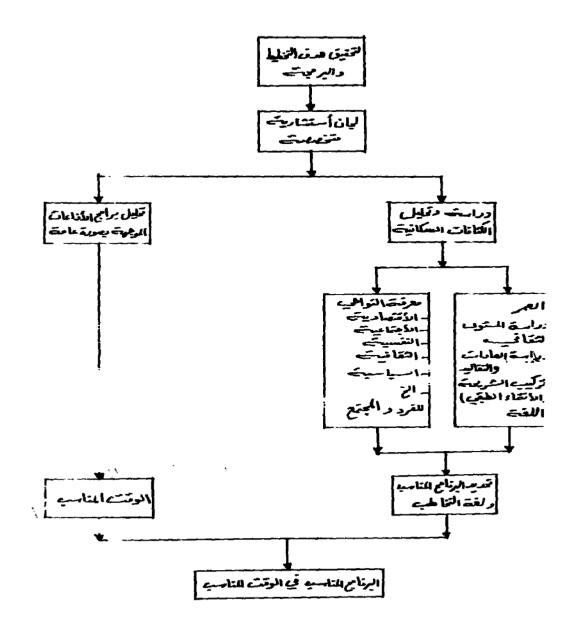
بعد معرفة البرامج المناسبة لكل شريحة اجتماعية (لكل طبقة او فئة) والاوقات المناسبة لبث هذه البرامج ، يتم نشر البرامج على الخطط من اقصر خطة وصولا الى ابعد خطة وان خطط البرمجة الاذاعية والتلفزيونية لها ثلاث مديات هي كما يلي : ـ

(١) خطط بعيده المدى ، امدها يتراوح بين سنتين الى خمس سنوات .

(٢) خطط متوسطة المدى ، أمدها سنة واحدة .
(٣) خطط قريبة المدى ، أمدها دورة اذاعية او تلفزيونية مدتها ثلاثة اشهر .

وهناك خطط اخرى ، تنطوي جميعها تحت الخطة القريبة المدى (الدورة الاذاعية او التلفزيونية) حيث يتم تقسيمها الى ثلاث خطط امد كل واحدة منها شهر ، وكل واحدة من هذه الخطط بدورها تقسم الى خطتين احدهما نصف شهر ، وكذلك هذه الخطط تقسم بدورها الى خطتين امد كل واحدة منها اسبوع والخطة الاسبوعية بدورها تقسم الى خطط يومية على مدار الاسبوع ، ويقسم اليوم الى فترات حسب الدورة الشمسية وكما يلي : ـ

١ ـ فترة بعد منتصف الليل وتبدأ من الساعة صفر ـ ٣
٢ ـ فترة الفجر وتبدأ من الساعة ٣ ـ ٦
٣ ـ الفترة الصباحية الاولى وتبدأ من الساعة ٦ ـ ٩
٤ ـ الفترة الصباحية الثانية وتبدأ من الساعة ٩ ـ ١٢
٥ ـ فترة ما بعد الظهيرة الاولى وتبدأ من الساعة ١٢ ـ ١٥
٦ ـ فترة مابعد الظهيرة الثانية وتبدأ من الساعة ١٥ ـ ١٨



شكل رقم (٣) يبين ((كيفية تحقيق هدف التخطيط والبرمجة))

٧ ـ الفترة المسائية وتبدأ من الساعة ١٨ ـ ٢١
٨ ـ فترة السهرة وتبدأ من الساعة ٢١ ـ ٢٤

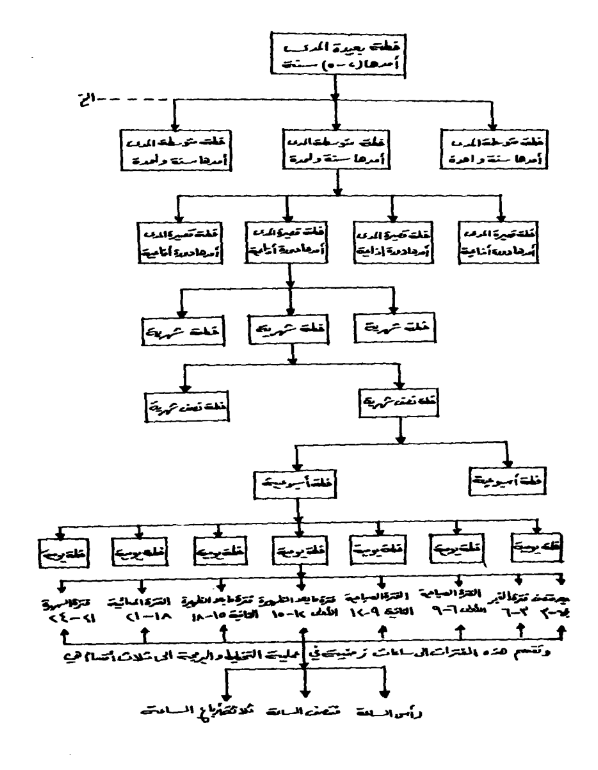
وتتجزأ كل فترة من هذه الفترات الى ساعات زمنية ترتبط بزمن يتناسب تناسباً طردياً مع وعي الانسان المتلقي وقدرة طاقته للاحداث الفعل ورد الفعل شرط أن يتفق في ذلك الايقاع الذي يتناسب أيضاً تناسباً طردياً مع وضع المتلقي في مرحلة بث البرنامج .

وتقسم الساعات الزمنية الى ثلاثة اقسام حسب اهمية البرامج ، فالبرامج المهمة توضع في رأس الساعة ، اي مثلا في الساعة ١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ ...الخ ، أما البرامج الاقل اهمية فتوضع في منتصف الساعة ، اي مثلاً ، ١,٣٠ ، ٢,٣٠ ، ٣,٣٠ ، ٤,٣٠ ... الخ أما البرامج الاقل اهمية فتوضع في ثلاثة ارباع الساعة أي مثلاً ١,٤٥ ، ٢,٤٥ ، ٣,٤٥ ، ٤,٤٥ ... الخ .

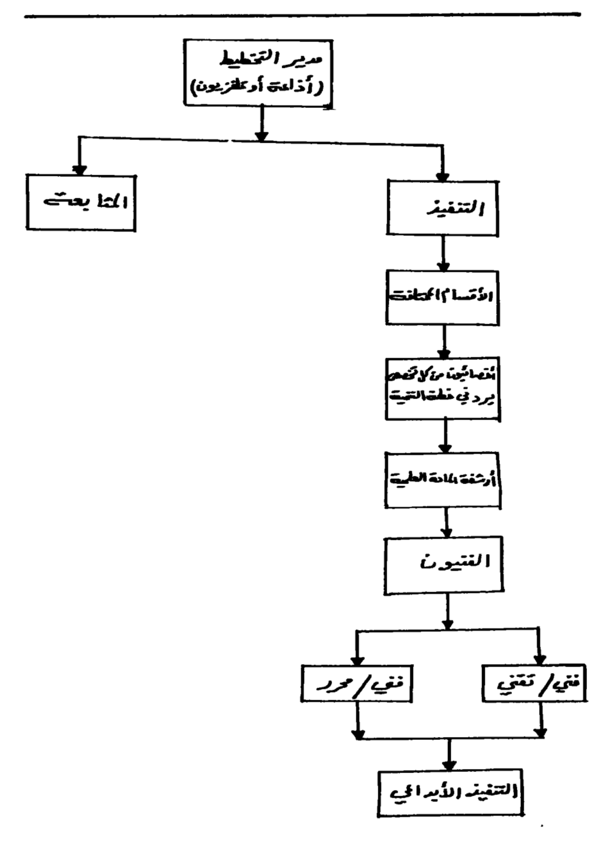
والشكل رقم (٤) الاتي يبين مديات الخطط من أعلى مستوى الى ادنى مستوى في التخطيط والبرمجة .

المرحلة الرابعة : تنفيذ ومتابعة الخطة

بعد توزيع ونشر البرامج على جميع فترات الوحدات التخطيطية يتم تنفيذ ومتابعة الخطة واعداد البرامج اللازمة لتنفيذ هذه الخطة ، حيث توزع الخطة على الاقسام المختلفة والتي من خلالها يتعرف كل قسم على البرامج المطلوب تنفيذها من قبل قسمة ، والسقف الزمني لهذه البرامج ، كي يتسنى لهم اتخاذ الاجراءات اللازمة لتهيئة هذه البرامج في الاوقات المناسبة ، ويتم ذلك عن طريق الاتصال بالاخصائيين من مختلف الاختصاصات التي ترد في خطة التنمية ، وذلك لارشفة المادة العلمية للبرامج المختلفة ومن ثم تعهد الى الفنيين بنوعيهم الفني التقني ، والفني الحرر لكي نصل الى التنفيذ الابداعي للبرامج ، وكما مبينة في الشكل رقم (٥) الاتي :



شكل رقم (٤) يبين ((مديات الخطط من اعلى مستوى الى ادنى مستوى في التخطيط والبرمجة))



شكل رقم (٥) يبين ((عملية تنفيذ ومتابعة برامج الخطة))

((المصادر))

(١) علي ، عبد الجليل ، « دراسات وآراء في الفن الاذاعي » ، الطبعة الاولى ، مطبعة دار السلام ، بغداد ، ١٩٧٣ .

(٢) د . نواف عدوان ، « اعداد البرامج الاذاعية والتلفزيونية » ، ١٩٨٦

(٣) نفس المصدر السابق .

(٤) نفس المصدر السابق .

(٥) نفس المصدر السابق .

(٦) د . لبيب ، سعد ، « دراسات في العمل التلفزيوني العربي » ، الدار العربية ، بغداد ، ١٩٨٤ .

(٧) نفس المصدر السابق .

(٨) علي ، عبد الجليل ، « دراسات وآراء في الفن الاذاعي » ، م . ذ . س

(٩) د . نواف عدوان ، « لمحة سريعة عن وسائل الاتصال الجماهيري » دراسات وترجمات ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين بغداد ، ١٩٨٠ .



واقع تخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية في العراق وبعض الدول الأخرى

الفصل الرابع

((واقع تخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية في العراق وبعض الدول الاخرى))

تاريخ الدورات الاذاعية في العراق : ـ

في ١ / ٦ / ١٩٣٦ تم افتتاح دار صغيرة للارسال الاذاعي في منطقة الصالحية في بغداد باسم دار الاذاعة العراقية ، وذلك بعد اغلاق اذاعة قصر الزهور التي كانت قد أنشاها الملك غازي في ذلك الوقت والتي حولت مرسلاتها الى اذاعة بغداد[١] .

وبدأت الاذاعة في بث برامجها لمدة ساعتين يومياً او أكثر بقليل وتعتبر اذاعة بغداد هي الاذاعة الرسمية للعراق . واستمرت الاذاعة العراقية كما هي بعد عشر سنوات من تأسيسها عدا فترة البث التي زيدت لتصل في نهاية الأربعينات الى خمس ساعات تقريباً حيث كان يقوم احد الفنيين بتشغيل الاجهزة في الثالثة والنصف عصر كل يوم وخلال نصف ساعة تكون الاذاعة جاهزة للبث ، فيتولى احد المذيعين الاعلان عن بدء البث وتلاوة القرآن الكريم ثم يقدم احاديث متنوعة يكون المطربون خلالها داخل الاستديو في انتظار اشارة البدء حتى يقدموا أغانيهم وفي تمام التاسعة مساءاً يقدم المطربون حلقة غنائية خاصة بهم على مدى ساعة تستمر حتى العاشرة يقرأ بعدها المذيع موجز الانباء ثم الختام .

وظلت الاذاعة العراقية تعاني من ضعف المادة التي تقدمها وقلة اقبال الناس عليها حيث سار العمل في الاذاعة بلا تخصص فالمذيع هو الذي يعلن عن تقديم الاغنية وفي نفس الوقت يقوم باعداد الاجهزة وتشغيلها ، ويقوم أيضاً بتحرير نشرة الاخبار واعداد البرامج .

ان القصور في تطور الاذاعة ظل يلازم العمل الاذاعي سنوات طويلة جداً ، فلو تم رسم خريطة بيانية يقاس من خلالها التقدم الذي احرزته اذاعة بغداد خلال السنوات السابقة لوجدنا أن الخط البياني يقفز خلال السبعينات والثمانينات بمعدل ٨٠٪ من السنوات السابقة[٢] .

كذلك فأن البرامج من حيث الاعداد وأسلوب التنفيذ والاخراج فقد شهدت هي الأخرى تطوراً ملحوظاً وتقدماً سريعاً وأصبحت مدة كل دورة اذاعية سنة كاملة ضماناً لاستقرار الخطط والبرامج.[4]

وقد كانت أول دورة اذاعية شاملة في عام ١٩٦٩ اي بعد ثورة ١٧ ـ ٣٠ تموز ١٩٦٨ المجيدة بعام واحد وقد شملت هذه الدورة البرامج بكافة أنواعها ، من منوعات وتمثيليات ومسلسلات وبرامج علمية ورياضية ... الخ من البرامج .

وقسمت اللجان الاستشارية المتخصصة في الاشراف على الدورات لابداء رأيها في البرامج الاذاعية للدورة الى لجان فرعية ، كل لجنة تختص في نوع من البرامج الاذاعية بحيث تعطي هذه اللجان مجموعة آرائها وترفعها الى اللجنة الاستشارية لتقرر بدورها الصيغة العلمية ومن ثم التنفيذية وبذلك تتم عملية صياغة الدورة الاذاعية . وكانت كل دورة اذاعية يسبقها اجتماع خاص للجان الخاصة بالدورة لتقرر الخط النهائي لمسيرة الدورة وهي : ـ

(١) الموجات العاملة مثلا

أ ـ الموجة المتوسطة وطولها ٧٠/ ٤٩٤ .

ب ـ الموجة القصيرة وطولها ٢٢/ ٤٩ .

(٢) نوعية البرامج التي تتضمنها الدورة

(٣) معدل البث اليومي لكل نوع بالدقائق .

(٤) مجموع البث اسبوعياً لكل نوع بالدقائق .

(٥) النسبة المئوية للبرامج

(٦) دراسة الوضع الحالي للمجتمع بكافة شرائحه .

(٧) مراعاة اوقات الدوام الرسمي وأخذها بنظر الاعتبار فيما يخص البرامج التي تخص شريحة معينة ، مثلا الموظف الطالب ، الفلاح .. الخ .

وكانت هذه اللجان تقسم البرامج الى مايلي : ـ

(١) البرامج السياسية .

(٢) البرامج الريفية .

(٣) البرامج الثقافية .

(٤) البرامج التمثيلية .

(٥) المنوعات .

(٦) الاخبار والمواجيز .

(٧) الفترات الدينية .

(٨) الفترات الغنائية .
(٩) البث المباشر .

وكذلك يخصص جانب آخر من الدورة ويؤخذ بنظر الاعتبار المناسبات الوطنية والأعياد .

وفي الدورة الاذاعية زاوية يطلقون عليها اسم « الهيكل العام » فيها جدول للمواد الاذاعية الثابتة في الدورة وهي : —

(١) افتتاح الاذاعة بالسلام الجمهوري
(٢) القرآن الكريم .
(٣) ابتهال ديني صباحي .
(٤) الفترة الصباحية والبث المباشر .
(٥) نشرات الاخبار .
(٦) جريدة الصباح .
(٧) طريق السلامة
(٨) الفترة الدينية .
(٩) تمثيليات الاطفال .
(١٠) الغناء والموسيقى[٤] .

عناصر التخطيط في تليفزيون الجمهوية العراقية : —

وضعت في تلفزيون الجمهورية العراقية صيغ محددة للتخطيط البراجي استنبطت من الاطار العام للخطة المركزية للاذاعة والتلفزيون والتي جاء في مطلعها ان المرحلة المقبلة يجب ان تشهد الولادة الحقيقية للاعلام الثوري فقد ان الاوان لان يكون للثورة اعلامها وثقافتها المعبر ان عنها تعبيرا دقيقا وصادقا وملهماً للجماهير وللطلائع المثقفة لا في القطر العراقي فحسب . وانما في الوطن العربي ان تحقيق هذا الهدف المرحلي وفق ما اكد عليه التقرير السياسي للمؤتمر القطري الثامن لحزب البعث العربي الاشتراكي ضاعف من مسؤوليات المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون من اجل الأيفاء بواجباتها على هذا النطاق ومن هنا جاءت عملية وضع خطة مدروسة ومحددة الاهداف والوسائل تنفذ تدريجياً وفق متطلبات المرحلة الحاضرة او المستقبلية . وفي ضوء ما تقدم فقد نصّت الخطة العام للاذاعة والتلفزيون على عدة عناصر تتعلق بتطبيق خطتها الاعلامية خلال خمس سنوات

وهذه العناصر لا تتعارض في اطارها العام مع اية عناصر تتضمنها اية خطة أخرى وهي : ـ

(١) تحديد الاهداف التي يراد تحقيقها خلال سنوات الخطة .

(٢) حصر الامكانيات البشرية والمادية والفنية المتاحة لاستخدامها في تحقيق تلك الاهداف .

(٣) العمل على تطوير الامكانيات المشار اليها خلال سنوات الخطة .

(٤) وضع برنامج عمل لكل سنة من سنوات الخطة مع الاخذ في الاعتبار الامكانيات المتاحة خلال هذه السنة .

(٥) وضع خطط تنفيذية مرحلية في اطار الخطة العامة لتحقيق الاهداف العام للدورات البرامجية الاذاعية والتلفزيونية .

(٦) وضع نظام للمتابعة والتقويم لمعرفة مدى نجاح الخطة التنفيذية في تحقيق الاهداف العامة .

(٧) الصيغ المستخدمة ان تحقيق اهداف التخطيط يتطلب اولا تحديد الوسائل المستخدمة على هذا الطريق مع اعتماد اسلوب الاستخدام الامثل للامكانيات من الناحية الاقتصادية وهذا الجانب يستدعي اتباع الاسلوب العلمي في التخطيط الذي يقوم على الدراسات الاقتصادية والفنية الشاملة .

(٨) المشاركة الجماعية : ـ ان استخدام صيغ المشاركة الجماعية وعملية وضع الخطوط العامة للتخطيط التلفزيوني من خلال الاخذ في اقتراحات وملاحظات عدد اكبر من العاملين واخضاعها بعد ذلك للمناقشة والمراجعة حتى اكتمال صيغتها النهائية وهذا ما يفضي على الخطة طابعا ديمقراطيا اضافة الى الاقتصاد في الزمن والتكاليف وهذا لا يتحقق من دون اعتماد مبدأ المشاركة الجماعية للعاملين عند وضع وانجاز الخطط التلفزيونية وهذا المبدأ اكد عليه التقرير السياسي من خلال الدعوة الى تحقيق مشاركة واسعة للعاملين في القطاعات الاقتصادية بصورة ايجابية في العمل التخطيطي . ولابد من ان يكون هناك الى جانب الخطة العامة خطط فرعية تتناول تفاصيل العمل في القطاعات المختلفة . بما يساعد على وجود نوع من المرونة في عملية تحقيق الاهداف التي نصت عليها الخطة المركزية . كما ان عميلة تحقيق هذه الاهداف تحتاج الى اعتماد مبدأ المتابعة للتأكد من تنفيذها فعلاً والتعرف ايضاً على مدى انسجامها مع الاهداف المطلوب تحقيقها وهذا يشير الى أن عملية المتابعة عملية مهمة لايتمكن العاملون من الاذاعة والتلفزيون وحدهم من القيام بها . ولذلك فإن الموجهين في مجال التربية يمكن ان يسهموا في هذه العملية[٥] . . . .

ملاحظات عن اهداف الخطة العامة للاذاعة والتلفزيون في العراق : ـ

حددت اللجنة العليا لتخطيط البرامج الاذاعية والتلفزيونية مجموعة من الاهداف التي يجب لتحقيقها خلال المرحلة المقبلة وقد وضعت اللجنة بعض الملاحظات قبل طرح اهدافها وهي : ـ

(١) ان الالتزام بخطة طويلة المدى لا يعني الجمود وعدم المرونة في مواجهة الظروف الطارئة ، فمواجهة هذه الظروف ضرورة لكنها يجب الا تحرفنا عن الالتزام بالخطوط العريضة للخطة وان كانت قد تؤدي الى تعديل بعض الخطط التنفيذية خلال فترات زمنية محدودة .

(٢) الخطة طويلة المدى لا تلغى الخطط المرحلية التي توضع لفترة ثلاثة اشهر فكل منهماتكمل الاخرى .

(٣) العاملون في المؤسسة سواء في البرامج اوللشؤون الفنية او الادارية او المالية او خدمات التدريب والبحوث والمتابعة على اختلاف مستوياتهم الوظيفية مطالبون بالمشاركة في مناقشة هذه الخطة ومتابعة تنفيذها لضمان تحقيقها للاهداف العامة .

اما الاهداف العامة التي حددتها اللجنة المشار اليها وأوصت بتحقيقها خلال خمس سنوات من تأريخ اعلان الخطة فانها تناولت جوانب عديدة في المجالات السياسية والصناعية والثقافية والتعليمية وخدمات عامة وتجارية واجتماعية كما صدرت بابا خاصا للاطفال والمرأة والشباب.[٦] وفيما يلي عرض مفصل لأهداف الخطة العامة للأذاعة والتلفزيون في العراق .

اهداف الخطة العامة للأذاعة والتلفزيون (في العراق)[٧]

(١) اهداف سياسية

(ب) اهداف اقتصادية

(ج) اهداف ثقافية

(د) اهداف اجتماعية

(أ) الاهداف السياسية

١ ـ نشر مبادىء الحزب القائد حزب البعث العربي الاشتراكي .
٢ ـ التعريف باهداف النضال القومي .
٣ ـ فضح الاتجاهات المعادية للعراق وللامة العربية .
٤ ـ ابراز عدالة نضال شعب فلسطين والتركيز على اعتبار القضية الفلسطينية هي القضية المركزية في الكفاح العادل للشعب العربي .
٥ ـ تعرية العدوان الفارسي على الجناح الشرقي للوطن العربي وابراز الدوافع العنصرية والشوفينية للطغمة الحاكمة في طهران .
٦ ـ ابراز مكانة العراق في الساحة العربية والوطنية .
٧ ـ ابراز موقع العراق بالنسبة للعالم الثالث ودورة الفاعل في مجموعة دول عدم الانحياز .
٨ ـ ابراز التزام العراق جانب حركات التحرر العالمية ومساعدتها .
٩ ـ تأكيد مبدأ الاستقلالية وانعكاساته في ضوء المصادر الدولية والتخفيف من حدة الاستقطاب الدولي وتعزيز نهج الاستقلال الوطني .
١٠ ـ تأكيد عروبة الخليج العربي بالحقائق والوثائق لدحض محاولة النيل من عروبة المنطقة .
١١ ـ التصدي للهجمة الامريكية الصهيونية وفضح كوامن المواقف الخيانية للنهيج التصفوي الاستلامي وخاصة النظام السوري من القضية الفلسطينية .
١٢ ـ التأكيد على وحدة النضال العربي وقدرة الشعب العربي على حماية أرضه وثرواته .
١٣ ـ الدعوة المستمرة لترصين صيغ التعاون باطار الجهد القومي ما بين الاقطار العربية والتنديد بسياسة الأحلاف الامبريالية والتحركات المشبوهة المناهضة للامة العربية .
١٤ ـ تأكيد المعطيات التي جاءت بها مبادىء الاعلان القومي للرئيس القائد صدام حسين .

(ب) الاهداف الاقتصادية .

١ ـ ابراز خصوصية التحليل الاشتراكي في القطر العراقي .
٢ ـ تسليط الضوء على اهداف خطة التنمية القومية .

٣ ـ ابراز معدلات النمو التي يستهدفها المنهاج الاستثاري في المجالات الزراعية والصناعية والخدمية .
٤ ـ التوعية باثار خطة التنمية القومية حاضرا ومستقبلا .
٥ ـ ابراز اوجه التطور الميداني من خلال واقع ما قبل الثورة واثنائها وخلال فترة الحرب .
٦ ـ الكشف عن الصيغ الناجحة في تطور وتأثر النمو الاقتصادي .
٧ ـ التأكيد على موضوع التكامل الاقتصادي الحربي والدعوة لتعزيز صيغ التعاون الثنائي والاقيليمي بين الاقطار العربية باطار هذا التكامل .
٨ ـ ابراز سلطة النهج الاقتصادي للدولة وتبيان الاسس المبدئية التي يستند اليها التخطيط الاقتصادي .
٩ ـ توضيح اهداف التخطيط الاقتصادي المركزي والسياسية المتبعة لترصين الاقتصاد الوطني .
١٠ ـ ابراز دور القطر في تقديم المساعدات الاقتصادية لدول العالم الثالث واهمية هذا النهج وترابطه مع مبدأ الاستقلالية .
١١ ـ الكشف عن مواضع الاجتهاد السلبي والمشاكل والمعوقات الميدانية وتسليط الضوء عليها باطار النقد البناء .
١٢ ـ ابراز نشاط القطر في تعزيز فاعلية منظمة التعاون الاقتصادي العربي .
١٣ ـ التأكيد على دور العراق الفاعل في معالجة ارتفاع اسعار المواد المصنعة وتاثيراتها السلبية على اقتصاديات العالم الثالث .
١٤ ـ ابراز جهد الدولة في دعم الاسعار وتوفير السلع في السوق المحلية .
١٥ ـ تأكيد قيادة القطاع الاشتراكي للعملية الانتاجية مع فسح المجال لعمل القطاع الخاص .
١٦ ـ ابراز اوجه التنمية العاملة في شتى المجالات .
١٧ ـ التأكيد على دعوات القطر ومبادراته بشأن معالجة الهوة التقنية والعلمية والاقتصادية ما بين الدول الصناعية ودول العالم الثالث .
١٨ ـ ابراز قيادة القطاع الاشتراكي لعملية النمو الاقتصادي وامتلاك هذا القطاع للحلقات الرئيسية والهامة في الهيكل الاقتصادي .

(ج) الاهداف الثقافية :

١ ـ استلهام دعوة السيد الرئيس حول اعادة كتابة التاريخ .
٢ ـ التصدي للاتجاهات المشبوهة في الثقافة العربية المعاصرة .

٣ ـ نشر التراث العربي وتقريبه الى افهام المتلقين وبشكل يؤكد على بناء الشخصية العربية الجديدة وبناء الواقع الثقافي الجديد .
٤ ـ الاهتمام بالمنجزات الثقافية القطرية والعربية في حقل الفنون والادب .
٥ ـ تشجيع واغناء الواقع الثقافي في القطر من خلال دعم الادباء والمثقفين خاصة الجدد منهم وفي مختلف فنون الابداع من شعر وقصة ومسرحية ورواية .
٦ ـ الاهتمام بنشر الوعي الثقافي بالاتجاه الفكري الصحيح عن طريق المشاركة في الندوات والمهرجانات الثقافية التي تقام في القطر .
٧ ـ الاهتمام بالثقافة القومية في الوطن العربي عن طريق تسليط الضوء عن النتاجات المتنوعة في حقول الادب والثقافة .
٨ ـ الاهتمام الواسع والجدي باللغة العربية والحرص على تشذيبها من المداخلات اللغوية الغريبة .
٩ ـ اغناء وترصين ثقافة الفرد لدعم حصانته من التصدي للاتجاهات المضادة للثقافة .
١٠ ـ فضح الافكار المشبوهة وتعريتها ودحفها .
١١ ـ تسليط الضوء على اهم المعطيات الثقافية التي افرزتها حرب قادسية صدام .
١٢ ـ ابراز القيم التربوية والفكرية من احاديث السيد الرئيس والعمل على توضيفها بالاتجاهات الصحيحة المتوخاة منها .

(د) الاهداف الاجتماعية :

تحتل التحولات الاجتماعية مكانة مرموقة من اهتمام قيادة الحزب والثورة من حيث كونها الانعكاس المادي لحركة تنفيذ خطط الثورة والمعطى الحي لتطبيق مبادىء الحزب القائد حزب البعث العربي الاشتراكي . ومن خلالها يمكن تمثيل صورة التحولات الاشتراكية في المجتمع ومقدار التحول الذي احدثته في المجالات الاقتصادية والسياسية والقانونية في بيئة المجتمع . من جانب آخر فأن التخلف الذي عاشه المجتمع والتناقضات التي حكمت تطوره تجعل من الاهمية بمكان بذل الجهد لتغيير واقع المجتمع ومعالجة معضلاته وهو ما اكدت عليه مبادىء التقرير السياسي للمؤتمر القطر التاسع وما ركزت عليه توجيهات الرئيس القائد صدام حسين بشكل مستمر ودائب والتي هي حصيلة استيعاب شمولي لحركة الواقع وتمثل صميمي للمبادىء وشروطها . وبلا هذه فأن طبيعة التكوين الاجتماعي المختلف

تفرض على الاعلام توظيف امكانياته الى الشرائح الاجتماعية بما ينسجم ووضع هذه الشرائح وحاجاتها . وتحديد اولويات التوجه الاعلامي محكومة بضوابط مباديء الفكر القومي الاشتراكي ودور هذه الشرائح في تنمية وتطور المجتمع لهذا فأن الاهداف الاجتماعية تشمل قطاعات الشباب المرأة ـ الطفل ـ العمال ـ الفلاحون ـ الطلبة المنظمات المهنية والشعبية ـ مجالس الشعب .

(أ) الشباب : ـ

١ ـ توجيه الشباب بحيث يكون ملما باتجاهات مجتمعة مدركا لاحالة وطموحاته في تحقيق المجتمع العربي الاشتراكي الموحد .
٢ ـ توضيح المنجزات التي حققتها ثورة السابع عشر الثلاثين من تموز القومية الاشتراكية .
٣ ـ تحقيق وعي الشباب بواقع الامة العربية والمشكلات والتحديات المصيرية التي تجابهها .
٤ ـ العمل على خلق روح الكفاح والتضحية عند الشباب من اجل الوطن والامة .
٥ ـ التصدي للفكر المعادي للحزب والثورة .
٦ ـ غرس وانماء القيم الاشتراكية في العمل وتبصير الشباب باهمية العمل وضرورة الدقة والاخلاص فيه واحترام العمل وتشجيعه وغرس حب العمل الجماعي والمحافظة على الملكية الاشتراكية وادامتها .
٧ ـ تعريف الشباب بدور المنظمات الشعبية الجماهيرية بما فيها التنظيمات العسكرية كالجيش الشعبي والقوة والطلائع في حماية الثورة وبناء الوطن .
٨ ـ متابعة التطور الحاصل في منظمات الشباب وعكس صور عن هذا التطور .
٩ ـ زيارة مراكز الشباب وتسليط الضوء على نشاطاتها الرياضية والفنية والنشاطات الاخرى .
١٠ ـ دور الشباب في حركة قادسية صدام .

(ب) المرأة :

١ ـ التوعية بدور المرأة كشريحة رئيسية في نمو وتطور المجتمع والتركيز بشكل مستمر على المهام التي يتوجب على المرأة الاضطلاع بها في العمل والعائلة والنشاطات الخدمية العامة الاخرى .

٢ ـ ابراز مكانة المرأة والاهمية التي توليها الثورة لهذا القطاع كونها شريحة من أكثر شرائح المجتمع تعرضت للاستغلال والاستعباد المزدوج كما اشرت ذلك ادبيات حزب البعث العربي الاشتراكي .

٣ ـ التأكيد المستمر والاشارة الى التشريعات والقوانين التي شرعتها الثورة لحماية المرأة ووضعها في مكانتها المناسبة في المجتمع ومتابعة تطبيقات هذه التشريعات .

٤ ـ ابراز دور المرأة التربوي في الاسرة لخلق وشائع تعزيز العلاقات الاسرية وفق المنظور الذي تريده الثورة .

٥ ـ التأكيد المستمر على أبراز القيم الايجابية البناءة التي افرزتها التحولات الاجتماعية على اوضاع الاسرة .

٦ ـ التأكيد على الدور الرائد لتنظيمات المرأة المهنية في المساهمة بعملية التحولات الاشتراكية في القطر وخاصة خلال السنوات الاخيرة وماقدمته في معركة قادسية صدام المجيدة .

٧ ـ ابراز نضالات المرأة العربية من أجل التحرر ومساهماتها في النضال الوطني بجانب الرجل .

٨ ـ ابراز تماسك الاسرة كوحدة اساسية للبناء الاجتماعي في مواجهة حالة الحرب التي فرضها العدو الفارسي وروح التضحية والفداء التي اتسم بها موقف الاسرة العراقية .

٩ ـ التركيز على حالة النضج في العلاقة الاسرية المحصلة لتحولات عميقة في بنية المجتمع .

١٠ ـ الدعوة الى ترشيد الاستهلاك والانفاق وتبيان الاضرار الناتجة عن استمرار هذه الحالات وآثارها الاقتصادية .

١١ ـ الدعوة الى الاقتصاد وبرمجة مصروفات الاسرة حسب أهميتها والعناية بالادخار وابراز منافعه .

(ج) الاطفال : ـ

شكلت مرحلة الطفولة واحدة من أبرز اهتمامات القيادة السياسية للحزب والثورة ونظراً لما تمثله كمستقبل منظور للقوة البشرية للمجتمع الجديد الذي تطمح الثورة الى بنائه لذا فقد اتسم توجه الثورة في مختلف الميادين الى توفير كل مامن شأنه رعاية الطفولة والاهتمام بها وتأمين مستلزمات نموها وبهذا الاطار يحرص اعلام

الثورة المسموع والمرئي على مواكبة هذا الاهتمام والنمو من خلال الحرص على تحقيق :

١ ـ أبراز أهمية رعاية الطفل والاهتمام به .
٢ ـ نشر المفاهيم التربوية الحديثة والتأكيد المستمر على ضخ القيم والمبادىء التي توصي بها الثورة والمستمدة من مبادىء الحزب القائد .
٣ ـ الاستعانة بتوجيهات واحاديث الرئيس القائد صدام حسين الخاصة بمكانة الطفل والنظرة اليه .
٤ ـ أبراز مساعي أجهزة الدولة في عكس صور الاهتمام الاستثنائي بأوضاع الطفولة في القطر .
٥ ـ التعاون مع الجهات المختصة (الطلائع والفتوة) لعكس نشاطاتهم التنظيمية وتسليط الضوء على مبادراتهم .
٦ ـ العمل على نشر الروح العلمية والدعوة الى المثابرة في هذا الاتجاه وابراز أهمية العلم في بناء المجتمع .
٧ ـ الدعوة الى التحلي بروح العمل الجماعي ونبذ الانانية والالتزام بالطاعة المبنية على الوعي واحترام الاخرين وحب النظافة والنظام .
٨ ـ التركيز على أهمية الزمن وضرورة احترامه واستثماره بالجدي والمفيد .
٩ ـ التأكيد المستمر على حب الوطن والامة والتفاني من اجلها ونشر روح الجندية وابراز البطولية والتضحيةكقيم مقدمة في التربية .
١٠ ـ الاستفادة من التراث والتاريخ وبما يلائم الطفولة لعكس صورة تبعث على الفخر والاعتزاز بالتاريخ الوطني والقومي .
١١ ـ التأكيد المستمر على ان الوطن العربي وحدة تاريخية وحضارية وجغرافية وبشرية واقتصادية لايمكن تجزئتها وان النضال العربي يستهدف تحقيق بناء مجتمع الوحدة .
١٢ ـ الاشارة المستمرة الى منجزات ثورة ١٧ ـ ٣٠ تموز القومية الاشتراكية التقدميةمعارف الاطفال وخلق الاعتزاز لديهم بالتجربة النموذج التي تبنى على ارض القطر .
١٣ ـ تشجيع التوجه نحو خلق معرفة موسوعية في البرامج الاذاعية الموجهة للطفل .
١٤ ـ الزيارات المستمرة لرياض الاطفال والمدارس الابتدائية لعكس فعالياتها وانتقاء المواهب والامكانيات .
١٥ ـ التأكيد على ان الجيش العراقي هو جيش الامة العربية وحامي ارضها وشعبها والاشادة بملاحم قواتنا المسلحة في معركة البوابة الشرقية .

١٦ ـ استخدام الاساليب المبسطة التي تتلاءم وادراك الطفل في التعبير عن اهداف الخطة .

الطلبة : ـ

١ ـ ابراز دور الاتحاد الوطني كقائد طلابي لطلبة العراق والممثل الحقيقي لهم .
٢ ـ الاهتمام بالانجازات العلمية والادبية للطلبة .
٣ ـ التركيز على بحوث الطلبة العملية في مختبرات الجامعة وفصول الدراسات العليا .
٤ ـ ابراز اهمية دور الطلبة في قيادة المجتمع .
٥ ـ ابراز اهمية وعي الطلبة في التصدي لرواسب التخلف الموروث .
٦ ـ العمل على تغطية نشاطات ومبادرات القطاع الطلابي .
٧ ـ الاهتمام بمشاكل الشعبية الطلابية والحرص على بناء جسور مع الجهات المختصة لتذليل العقبات والمشاكل .
٨ ـ العمل على نشر المفاهيم التربوية والاخلاقية المنسجمة مع طروحات الثورة واهدافها .
٩ ـ العمل على ابراز اهمية العمل في بناء المجتمع .
١٠ ـ الحث على المستوى العلمي وعلاقته بروح المواطن ومسؤولية المواطن .
١١ ـ تغذية وعي الطلبة السياسي من خلال البرامج الموجهة لهم بآخر احداث الوطن والامة .
١٢ ـ العمل على خلق تماسك عضوي بين دور الطالب ودور المدرس في تطوير المستوى العلمي .
١٣ ـ الحث على التفوق في مستويات الدراسة المختلفة واشاعة التنافس العلمي .
١٤ ـ القيام بزيارات ميدانية الى المدارس الاعدادية والزراعية والصناعية لعكس صورة عنها .
١٥ ـ الاهتمام بطلبة المحافظات واوضاعهم وحاجاتهم .
١٦ ـ التأكيد المستمر على دور الطلبة كقوة طليعية شجاعة للدفاع عن الحق الوطني والقومي .

العمال : ـ

١ ـ ابراز دور الطبقة العاملة في بناء المجتمع وتعزيز القاعدة الاقتصادية .
٢ ـ التأكيد على الدور المبدع والخلاق للعنصر البشري والاستعانة بنماذج واقعية افرزتها مسيرة البناء الثوري في القطر .
٣ ـ الكشف عن التطورات المتدفقة في القطاع الصناعي وعكس صورة عن دور العمال في تحقيقها .
٤ ـ التركيز على المفاهيم والقيم التي تؤكدها مبادىء الحزب وتوجيهات القيادة فيما يخص العمال ودورهم في بناء المجتمع وصيانة المنجزات والتحولات الاشتراكية في القطر .
٥ ـ الكشف عن الجوانب المشرقة في عمل المؤسسات والمصانع التابعة للقطاع الاشتراكي من خلال زيارات هذه المؤسسات بشكل دوري .
٦ ـ الاهتمام بالنهضة الصناعية الحاصلة في محافظات القطر مع مراعاة الجانب الزمني .
٧ ـ الاهتمام بنشاطات الاتحاد العام لنقابات العمال وخاصة مايتعلق منها بالجهود المبذولة في الجانب التنظيمي لابراز الدور القيادي للاتحاد .
٨ ـ التأكيد على الدور القيادي للقطاع الاشتراكي مع الاخذ بنظر الاعتبار الدور المحدد للقطاع الخاص .
٩ ـ الاهتمام بمشاكل العمال ومعالجتها مع الجهة ذات الاختصاص .
١٠ ـ تطوير الجانب النقدي البناء عند متابعة العلاقة مابين العمال وجهة العمل .
١١ ـ الاهتمام بمشاكل عمال القطاع الخاص لابراز جوانب الحماية القانونية التي وفرتها مهم الثورة .
١٢ ـ التأكيد على المباراة الاشتراكية ونظام الحوافز في دفع وتائر الانتاج وتصعيدها .
١٣ ـ التركيز على التشريعات التي شرعتها الثورة للعمال والمنجزات المتحققة لهم .

الفلاحين : ـ

بحكم كون الطبقة الفلاحية قد عانت أكثر من غيرها من التخلف والحرمان فأن القيادة السياسية للحزب والثورة وضعت في اوليات اهتماماتها مسألة رفع مستوى الفلاحين مهنياً وأجتماعياً وثقافيا ووفرت ماتحتاجه من مستلزمات لانهاضها كي تتمكن من اداء دورها المهم في رفد الاقتصاد الوطني وما يزيد من اهمية هذا

القطاع كونه يمثل نسبة مهمة من الثورة البشرية للقطر وعليه فأن الاعلام المسموع والمرئي قد واجه ومايزال يواجه مهات صعبة ومعقدة في تقديم خدمات الريف .. ويمكن بهذا الاتجاه تأشير جملة اهداف هي :

١ ـ تأكيد اهمية الفلاحين كقوة انتاجية فاعلة ومؤثرة في تعزيز بنية الاقتصاد .
٢ ـ تأكيد حرص الثورة الدائم والمستمر على رفع كفاءات الاداء والخدمات في القطاع الزراعي .
٣ ـ ابراز الوجه المشرق في عملية النهوض الواسعة في الريف والبادية كجزء من عملية النهوض في القطر .
٤ ـ الاشارة الى التطور الاقتصادي الحاصل في اوضاع نسبة مهمة من الاسر الفلاحية .
٥ ـ التركيز على نماذج الانتاج الاشتراكي في الريف بانماطها المتعددة .
٦ ـ تناول التطور الحاصل في اوضاع الريف وقدرة الثورة على متابعة هذا التطور من منظور مستوعبه لحاجات وضرورات واقع الريف .
٧ ـ التأكيد المستمر على المشاريع الاستثمارية الكبرى في المجال الزراعي ومجال الثورة الحيوانية .
٨ ـ التركيز على دور الفرد المبدع في تصعيد وتأثر الانتاج .
٩ ـ الاهتمام بأوضاع المرأة في الريف .
١٠ ـ التركيز المستمر على حصيلة الخدمات التي قدمتها الثورة للريف .
١١ ـ التأكيد الدائم على المنجزات والتشريعات التي حققتها الثورة للجماهير الفلاحية .
١٢ ـ ابراز اوجه التطور في مجالي الثروة النباتية والحيوانية .
١٣ ـ تشجيع زراعة المحاصيل الصناعية والمحاصيل الستراتيجية .
١٤ ـ ابراز دور الزراعة في تحقيق موضوع الامن الغذائي وعلاقة ذلك بالامن الغذائي القومي .
١٥ ـ العناية بالناشئة الريفية والاشارة الى اوضاعهم من خلال البرامج الموجهة للشباب والاحداث .
١٦ ـ رفع الوعي المهني للفلاحين والمرشدين والنظار التعاونين .
١٧ ـ متابعة البحوث الجارية في اقسام الدراسات العليا والدعوة الى استثمارها ميدانياً .
١٨ ـ تشجيع تربية النحل والحشرات النافعة .
١٩ ـ ابراز المنجزات التي تحققت في ميادين التربية والتعليم والصحة والكهرباء والماء ومراكز ارشاد المرأة الريفية وتعبيد الطرق في الريف .

٢٠ ـ الاهتمام بمشاريع الري واستصلاح التربة .
٢١ ـ بناء علاقات تعاون مستمرة من فروع التنظيمات الفلاحية في المحافظات وعكس صور بناءة عن نشاطاتها .
٢٢ ـ التنسيق مع الاتحاد العام للجمعيات الفلاحية والهيئات العامة للارشاد والتثقيف الفلاحي فيما يتعلق بالتعاون المشترك .
٢٣ ـ الاهتمام بالصحافة الاذاعية الموجهة للفلاحين .
٢٤ ـ بناء صور وثيقة مع الهيئات المختصة في جامعات القطر وكليات الزراعة على وجه الخصوص .
٢٥ ـ الاهتمام بالجانب النقدي البناء في التجاوزات والاشكالات في واقع الريف ومتابعة حلها بالتعاون مع الجهات المختصة .
٢٦ ـ الاهتمام بالمشاكل الاجتماعية في الريف ومعالجتها بالتعاون مع اخصائيين والجهات ذات العلاقة .
٢٧ ـ استقطاب الطاقات المبدعة والمبادرة والاستفادة منها في الاعلام الموجه للريف .
٢٨ ـ الزيارات الميدانية المستمرة للريف والاستفادة من حصيلتها في رفد البرامج الريفية .
٢٩ ـ عكس النشاطات المبذولة في الريف لمحاربة الامية .
٣٠ ـ ابراز دور الانسان ووعيه في تفجير الطاقات الانسانية لرفد الانتاج وتطوره .

المنظمات المهنية والشعبية : ـ

من ابرز سمات التجربة النموذج في القطر هي الممارسة الديمقراطية التي بدأت بها الثورة من ايامها الاولى وتصاعدت مع استمرار سنوات عمرها المنتصر وانتهت بانتخابات المجلس الوطني واذا كان تشكيل المجلس الوطني وشروعه في ممارسة مهماته في المجلس في هذه الممارسة المعبرة عن نجاح الثورة واقتدارها في خلق الوعي الجماهيري فأن تجربة مجالس الشعب تبقى متميزة في مغزاها ومعطياتها ومن الاهمية بمكان التركيز عليها . بجانب السعي المستمر لتغطية ومتابعة نشاطات المجلس الوطني .

وبهذا السياق من الضروري التركيز على مبادىء الحزب في هذا المجال وعكس التطورات المبدئية التي استندت اليها التجربة التي استطاعت استيعاب حاجات

الشارع وبناء الجسور معها وهنا ينبغي الاهتمام ايضاً بالتعليمات المهنية والواجهات والمهات التي تقوم بها بحيث يمكن القول ان هذا الدور هو استعمال لدور مجالس الشعب فيما يمثل المجلس الوطني النموذج الاكبر الذي لايستغنى عن الامتدادات الموجودة في ساحة القطر وهي مختلف الميادين. وعليه فأنه من الضروري والحيوي ان تهتم الاذاعة والتلفزيون بنشاطات الاتحادات المهنية والمنظمات الشعبية ومجالس الشعب وصولاً الى المجلس الوطني والاستعانة بأحاديث وخطب السيد الرئيس القائد صدام حسين بهذا المجال.

محو الامية : ـ

تتواصل جهود الاجهزة المختصة في محاربة الامية والقضاء عليها وهي واحدة من اخطر المعضلات الاجتماعية ولما كانت هذه المهمة مستمرة بدأب ومثابرة في عموم انحاء القطر إنما يزيد روعتها هو استمرارها في خرق استمرار العدوان الفارسي على القطر وهذا مايفرض مهمة تكثيف الجهود من جانب الاعلام المسموع والمرئي لمتابعة نشاطات الحملة في بغداد ومحافظات القطر وعكس صور عن النماذج الناجحة والأيجابية للدراسين والمحاضرين والتنسيق بهذا المجال مع المجلس الاعلى للحملة الوطنية لمحو الامية بقية اعطاء تصورات ناضجة عن الافاق التي وصلتها الحملة والتطورات الحاصلة منها وما يمكن طرحه من امور مشابهة تعكس صورة من صور اصرار شعبنا على مقارعة ظلام التخلف واجتثاثه وبناء المجتمع السليم الذي يلبي طموحات الثورة ويجسد مبادىء وافكار الحزب القائد حزب البعث العربي الاشتراكي.

صيغ تنفيذ الخطة العامة للاذاعة والتلفزيون : ـ

تضمنت الخطوط العريضة للخطة الاعلامية العامة للاذاعة والتلفزيون جملة تعليمات الى لجان تخطيط البرامج يتم بموجبها وضع الخطط التنفيذية لتحقيق الاهداف التي يسبق تحديدها ، وقد نصت هذه التعليمات على ما يلي : ـ

(١) على كل مدير ان يجتمع بلجنة تخطيط البرامج التابعة لمديريته لمناقشة اهداف البرامج وتوضيحها ووضع المؤشرات الكفيلة بتحويل هذه الاهداف الى خطط براجية لمدة اثنى عشر شهرا على ان تتبعها فيما بعد الخطط التنفيذية للاعوام التالية ويحدد المدير مهام كل رئيس قسم في هذا الاطار.

(٢) على رؤساء الاقسام البراجية الاجتاع بالعاملين معهم من الكتاب والفنانين.
(٣) ترفع الخطط التنفيذية للأقسام الى لجنة البرامج المشار اليها في الفقرة الاولى. لمناقشتها واحالتها بعد ذلك الى اللجنة العليا للتخطيط ولا يبدأ التنفيذ الا بعد اقرارها للخطة التنفيذية وابلاغ المدير بذلك.
(٤) يلاحظ من ذلك ان المطلوب هو تحديد البرامج التي يمكن للاقسام المختلفة تنفيذها خلال السنة الاولى للخطة وتحقيق جانب أو اكثر من اهداف الخطة الى جانب البرامج المعتادة التي تلتزم الاقسام المختلفة بتنفيذها خلال الدورات الاذاعية وذلك دون تحديد تفضيلي لاسماء المؤلفين. او المخرجين او المشاركين في البرامج او الايام المحددة للاذاعة، فمثلاً يقترح قسم برامج الاطفال في التلفزيون انتاج سلسلة من التحقيقات تعرض ضمن فترة براجة وتحدد عدد حلقاتها واهدافها وتضمن في الدورات الاولى او الثانية ولذلك فهذه الخطة تختلف عن الدورات الاذاعية والتلفزيونية المتعارف عليها ولكنها لاتتعارض معها بل تدخل في اطارها.[٨]

إن الملاحق المدرجة ارقامها ادناه وعناوينها تبين الخطط البراجية لاذاعة بغداد وتلفزيون بغداد القناتين الاولى والثانية وكما يلي : ـ

ملحق رقم (٥) : يبين معدل البث اليومي والأسبوعي بالدقائق والنسبة المؤية للبرامج موزعة حسب الأقسام، في دورة اذاعة بغداد للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٠ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠.[٩]

ملحق رقم (٦) : يبين معدل البث اليومي والأسبوعي بالدقائق والنسبة المئوية للبرامج موزعة حسب الأقسام، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١/ ١/ ١٩٨١ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨١.

ملحق رقم (٧) : يبين معدل البث اليومي والأسبوعي بالدقائق والنسبة المئوية للبرامج موزعة حسب الأقسام، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١١/ ١/ ١٩٨٢ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٢.

ملحق رقم (٨) : يبين البرامج اليومية والأسبوعية موزعة حسب الأقسام ومدتها بالدقائق وموعد أذاعتها والملاحظات على هذه البرامج، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٠ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠.

ملحق رقم (٩) : يبين توزيع البرامج على ساعات البث اليومية من الأفتتاح ولغاية نهاية البث ولجميع أيام الأسبوع، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٠ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠.

ملحق رقم (١٠) : يبين البرامج اليومية والأسبوعية موزعة على أيام الأسبوع ومدتها وموعد أذاعتها والقسم الذي تنتمي اليه وفي دورة أذاعة بغداد للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٠ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٦ .

ملحق رقم (١١) : يبين توزيع البرامج على ساعات البث اليومية من الأفتتاح ولغاية نهاية البث ولجميع أيام الأسبوع ، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥ .

ملحق رقم (١٢) : يبين البرامج اليومية والأسبوعية موزعة حسب الأقسام ومدتها بالدقائق ، في دورة أذاعة بغداد للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥ .

ملحق رقم (١٣) : يبين دورة برامج أذاعة بغداد النصف الثاني لسنة ١٩٨٧ .

ملحق رقم (١٤) : يبين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الأول للفترة من ١/ ٤/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥[١٠]

ملحق رقم (١٥) : يبين دورة برامج البث الصباحي للعطلة الصيفية للبرنامج الأول للفترة من ٢٢/ ٦/ ٥ ولغاية ٢٢/ ٩/ ١٩٨٥ .

ملحق رقم (١٦) : يبين دورة برامج البث الصباحي للعطلة الصيفية للبرنامج الأول لشهر حزيران عام ١٩٨٦ .

ملحق رقم (١٧) : يبين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الأول للفترة من ١/ ٨/ ١٩٨٦ ولغاية ٣٠/ ٩/ ١٩٨٦ .

ملحق رقم (١٨) : يبين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الثاني للفترة من ١/ ٨/ ١٩٨٦ ولغاية ٣٠/ ٩/ ١٩٨٦ .

ملحق رقم (١٩) : يبين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الأول للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ٣/ ١٩٨٧ .

ملحق رقم (٢٠) : يبين دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الثاني للفترة من ١/ ١/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ٣/ ١٩٨٧ .

ملحق رقم (٢١) : يبين دورة برامج شهر رمضان المبارك لعام ١٩٨٧ من قناة البرنامج الأول .

ملحق رقم (٢٢) : يبين دورة برامج شهر رمضان المبارك لعام ١٩٨٧ من قناة البرنامج الثاني

ملحق رقم (٢٣) : يبين دورة البرنامج التلفزيونية/ البرنامج الأول للفترة من ١/ ٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧ .

ملحق رقم (٢٤) : يبين الدورة التلفزيونية الجديدة/ للبرنامج الثاني للفترة من ١/ ٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧ .

ملحق رقم (٢٥) : يبين دورة البرامج للفترة الصباحية من ٢٠/ ٦ ولغاية ٢٠/ ٩/ ١٩٨٧ .

ملحق رقم (٢٦) : يبين الدورة التلفزيونية/ البرنامج الأول/ للفترة من ١/ ١ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٨ .

واقع الخدمات الأذاعية في الأتحاد السوفيتي : ـ[١١]

لقد بدأت الأذاعة السوفيتية مثل العديد من الأنظمة الأذاعية الأخرى وهي تخضع للأشراف والادارة الحكومية المباشرة ، ففي حزيران سنة ١٩٢٤ أنشأ مجلس الوزراء منظمة أذاعية دائمة في أطار شركة مساهمة سميت « الراديو للجميع » وسرعان ما أعيد تسميتها « البث الأذاعي » Radio paredacha ، مكونة من أربع وكالات كان من ضمنها كوميسارية الشعب لخدمات البريد والتلغراف commissiariat of posts and Telegraphs .

وفي سنة ١٩٢٨ تم حل راديو pavedacha وأصبح من حق كوميسارية البريد والتلغراف ادارة الأذاعة والأشراف عليها بشكل كامل ، ولكن أشراف البريد والتلغراف على الأذاعة لم ينجح في تحقيق الأهداف المطلوبة من هذه الخدمة لذلك نقل الأشراف على الأذاعة في ٣١ كانون الثاني الى لجنة قومية للأذاعة تحت أشراف مجلس كوميسارية الشعب التي تسيطر عليها اللجنة المركزية للحزب وأدارة الدعاية والتحريك التابعة له . وبعد تسعة شهور حدد مجلس الكمسار سلطات لجنة الأذاعة وعهد اليها تنظيم وتخطيط وأدارة الأذاعة في الأتحاد السوفيتي بما في ذلك الأذاعة السلكية في المستويات السفلى في المراكز الأقليمية .

وبذلك أصبحت اللجنة الجديدة مسؤولة عن التنظيم والتخطيط والتوجيه والتشغيل للراديو في الأتحاد السوفيتي ، بما في ذلك الراديو السلكي من خلال محطات التبادل الصغيرة في مراكز الأقاليم . وأصبح يشار الى الهيئة التي تشرف على الأذاعة في الأتحاد السوفيتي « بلجنة الراديو القومية » Allunion Radio Committee وعرفت بالحروف الثلاثة VRK وأصبح على الراديو مثل الصحافة أن يقوم بمهام التحريك والدعاية والتنظيم . وقد تلا ذلك أنشاء لجنة الراديو الأتحادية ويرأسها رئيس ونائبين يعينهم مجلس الوزراء وتنقسم الى ثلاثة مجالس : مجلس الأمكانيات الفنية للأذاعة Radiofocation ، والأذاعة المركزية ، والاذاعة المحلية . وكانت الاولى مسؤولة عن بناء وتطوير المحطات والامور الفنية وذلك بالتعاون مع وزارة المواصلات التي توفر اجهزة الارسال والخطوط التي تربط

المحطات وهي ايضاً مسؤولة عن تطوير شبكة التوزيع السلكية وتخصيص اطوال الموجات للمحطات. والمجلس الثاني اي الاذاعة المركزية كان يخطط للأذاعات المركزية والتوزيع القومي وهو مقسم الى أدارات وظيفية مثل الدعاية والتعليم والأخبار والأذاعات الأدبية والدرامية وأذاعات الأطفال والبرامج الموسيقية — والمجلس الثالث وهو مجلس الأذاعة المحلية ينسق ويشرف على عمل لجان الراديو المحلية .

وفي ٦ تموز سنة ١٩٤٩ تم حل لجنة الراديو الأتحادية وحل محلها لجنة الأعلام بالراديو التابعة لمجلس الوزراء . وتبع ذلك في ٣٠ أذار سنة ١٩٥٣ ظهور الأدارة الرئيسية للأعلام بالراديو التابعة لوزارة الثقافة . التغيير الأخر حدث في سنة ١٩٥٧ حينما تولت لجنة الدولة للراديو والتلفزيون التابعة لمجلس الوزراء مسؤوليات الأذاعة . وفي ١٩ نيسان سنة ١٩٦٢ صدر قرار من مجلس الرئاسة السوفيتي presidium بتحويل لجنة الدولة للراديو والتلفزيون التابعة لمجلس الوزراء الى لجنة وزارية للراديو والتلفزيون .

وقد صدر في ١٢ تموز سنة ١٩٧١ قرار بتطوير الأذاعة ووضعها تحت السيطرة المركزية ونقلت لجنة الراديو والتلفزيون في مجلس الوزراء من لجنة اتحاد الى لجنة دولية حكومية وبهذا يصبح رئيس لجنة الراديو والتلفزيون عضواً في الحكومة السوفيتية .

والمسؤولية الرئيسية عن لجنة الدولة للتلفزيون تقع على عاتق رئيس وأربعة من النواب وأثنى عشر عضواً في مجلس الأدارة . ويرأس نائب رئيس كل من الأدارات الأساسية وهي : الراديو الداخلي ، والتلفزيون الداخلي ، الأذاعة للجماهير الأجنبية ، والتشغيل الفني والمالي . ويتبع كل نائب رئيس عدد من « رؤوساء التحرير » مسؤولين مباشرة عن أدائهم لعملهم أمام أداراتهم المعنية .

ويقسم الراديو الداخلي الى أربعة عشر قسماً تقدم كلها برامج لشبكات الراديو المختلفة ، وتقسم مسؤوليات البرامج بالشكل الأتي :

(١) الأخبار والمعلومات (بما في ذلك شبكة Mayak للمعلومات في جميع أنحاء الدولة ، بالأضافة الى برامج الأخبار والمعلومات في الشبكات الأخرى .
(٢) الدعاية (مقسمة الى ستة أقسام : الأجتماعية والسياسية ، الاقتصادية والصناعة ، الزراعة ، الشؤون الدولية ، العلوم والتكنولوجيا ، الثقافة الجسمانية والرياضة) .
(٣) الأطفال .

(٤) الشباب .
(٥) الأداب والدراما (مقسمة الى نثر وشعر ، أدب أجنبي ، دراما فكاهة ومرح ، مسرح ، وعروض ضخمة) .
(٦) الموسيقى .
(٧) برامج لمدينة موسكو .
(٨) برامج لمنطقة موسكو .
(٩) التخطيط والتنسيق لراديو الأتحاد كله .
(١٠) التخطيط والتنسيق للبحث المحلي .
(١١) البرامج المنتجة مركزياً للتوزيع المحلي .
(١٢) المطبوعات المتصلة بالراديو .
(١٣) أبحاث الجماهير .
(١٤) ربط المحطات وتبادل البرامج مع الدول الأجنبية .

ويتبع التلفزيون داخل الاتحاد السوفيتي أيضاً ١٤ قسماً ، بالرغم من أنه ليس منظماً تماماً مثل الراديو وهي :

(١) برامج أجتاعية وسياسية .
(٢) أخبار ومعلومات .
(٣) أفلام .
(٤) أطفال وشباب (خارج المدارس) .
(٥) برامج لمنطقة موسكو .
(٦) موسيقى .
(٧) برامج أدبية ودرامية .
(٨) تخطيط وتنسيق .
(٩) تبادل البرامج داخل الاتحاد السوفيتي .
(١٠) تعليم .
(١١) تشغيل .
(١٢) تصميم .
(١٣) أنتاج صوتي .
(١٤) أبحاث جماهير .

أما الأدارة المسؤولة عن الأرسال الأجنبي ، فأنها مقسمة وفقاً للمناطق المستهدفة : الدول الاشتراكية ، أميركا الشمالية ، أميركا اللاتينية ، أوربا الغربية ، الشرق الأوسط والادنى ، جنوب شرق أسيا ، الشرق الأقصى ، وأفريقيا . أما

الأدارات والأقسام الأخرى في لجنة الدولة فأنها مسؤولة عن أختيار العاملين والتدريب ، والهندسة والمطبوعات وجمع المعلومات والتخطيط المالي ، والعمال والأجور .

وأن لجان الراديو المحلية تعرف بأنها هيئات محلية localorgans تابعة للجنة القومية ، ورؤسائها « ممثلين » ومسؤولين أمام لجنة الراديو القومية VRK .
وللجنة الأذاعية المحلية مسؤوليتان رئيسيتان هما : ـ

(١) أعادة أذاعة البرامج التي تبث من محطة الأرسال المركزية في منطقتها المحلية ، على الموجة المحلية .
(٢) تخطيط وتنفيذ برامج خاصة بها .

وتعمل لجنة الراديو مباشرة تحت أشراف مجلس الوزراء ، الذي يحدد سياستها العامة والتي تعتبر مسؤولة أمامه .
ولجنة الأشراف على الأذاعة مقسمة الى الأقسام الأتية : ـ

(١) ادارة الأذاعة المركزية : تخطط وتنظم وتنفذ البرامج وتذاع تلك البرامج من موسكو وهي توجه الأستهلاك على مستوى قومي ويدخل تحتها :
أ ـ الدعاية والتحريك .
ب ـ الاخبار .
جـ ـ مكتب الدفاع .
د ـ قطاع الأذاعات الدرامية والأدبية .
هـ ـ قطاع أذاعات الأطفال .
(٢) أدارة موسيقى الأذاعة :
(٣) أدارة الأذاعة المحلية : وهي لاتقوم بنفسها بالأذاعة ولكنها تشرف على الأذاعات التي تقدمها لجان الراديو المحلية ومدير الأذاعة السلكية . والهدف منها تنفيذ توجيهات اللجنة القومية ، وتشرف كذلك على تدريب المذيعين وتوزيعهم على المحطات المحلية وتنظيم الشبكات في كل منطقة ، وهي مقسمة على أساس أقليمي وتعاون المحطات المحلية في عمل البرامج .
(٤) المكتب الدولي للأذاعات الخارجية : وتتضمن أدارة الراديو وهي أساساً أدارة فنية ومسؤولة عن الأذاعة الخارجية ، وعليها مسؤولية التشاور مع وزراة الأتصال وغيرها من الهيئات الحكومية حول الأذاعة وعمل شبكات أستقبال ومحطات أذاعية وتخصيص موجات هوائية وتوزيع أجهزة الأستقبال وأجهزة الأرسال في الاتحاد السوفيتي .

البرامج الأذاعية في الأتحاد السوفيتي : ـ[١٢]

يعتبر الراديو وكذلك التلفزيون في الاتحاد السوفيتي من الوسائل الشعبية للتعليم والتثقيف المذهبي السياسي ، ولهذا توضع السياسة التي تحدد مايذاع على أساس تحقيق تلك المهام ، ونظراً لأن الدولة تسيطر على الموجات الهوائية كما تسيطر على المطابع فأن وسائل الأعلام لا تخضع لسيطرة الجماهير بل تحدد الدولة ما يذاع . والراديو كان يعلم ٩٠ ٪ من الوقت ويسلي ١٠ ٪ من الوقت فقط ، وبالرغم من ذلك فإن الاذاعة تهتم برغبات الجمهور ويرسل المستمعون الآف الرسائل للمحطات يعربون فيها عن رغباتهم ، وتتبادل الأذاعة المشورة مع المستمعين وتحصل على معلومات هامة من خطاباتهم ، ولكن لا يحدد الجمهور مضمون الخدمة الأذاعية وأن كانت رغباته هامة ، وعلاوة على هذا يقيم النظام بشكل مستمر البرامج بدون الأستعانة بأيمان الرأي العام حتى يتحقق من مضمونها وأدائها ، ويخضع راديو موسكو لأشراف مركزي أكثر من الصحافة . وتذيع خدمة الراديو المركزية من موسكو ثمانية برامج كلها باللغة الروسية من خلال محطات الراديو التي تستخدم موجات الراديو الطويلة والمتوسطة والقصيرة والبالغة القصر (FM) ، وتصل أجمالي ساعات الأستماع الى ٩٩٠ ساعة أسبوعياً .

ويذاع البرنامج الأول على شبكة منتشرة في جميع أنحاء الدولة ويبث (٢٠) ساعة يومياً من خلال كل محطات الراديو المحلية وشبكات أعادة الأرسال ، وتقدم برامج الراديو المعلومات والشؤون القومية والأجنبية والدولية بما في ذلك نشرات الأخبار والأحاديث والتعليقات وبرامج الشباب وأذاعات الأطفال .

أما البرنامج الثاني فيبث (٢٤) ساعة يومياً وهو معروف بأسم (Mayak) ويذيع (٤٨) نشرة أخبارية يومياً تغطي الشؤون الداخلية والدولية ويتخلل ذلك موسيقى وترفيه خفيف .

ويبث البرنامج الثالث (١٧) ساعة يومياً وله طبيعة تعليمية عامة فيقدم الأدب والموسيقى وهو مخصص لجذب أكبر جمهور ممكن ، وأن غالبية مواد البرنامج تتكون من أنتاج مسرحي ودراما وموسيقى وتقديم المؤلفين و (الكتاب المسرحيين والمؤلفين والممثلين ، وكونسرتات وبث مباشر من قاعات موسيقية .

أما البرنامج الرابع (FM) فهو برنامج موسيقي وأدبي ودرامي مخصص لتطوير المعرفة والتقدير الجماعي للأعمال والعروض في تلك المجالات . ويبث برامجه على مدى (٨) ساعات يومياً (١٣ ساعة في أيام السبت والأحد) .ويذيع البرنامج الخامس (٢٤) ساعة يومياً من الأنباء الأجتماعية والسياسة وبرامج موسيقية ،

ويهدف للوصول الى المواطنين السوفيت الذين يعملون بالخارج ويقدم أيضاً برامج موجهة الى الصيادين السوفيت والعاملين في البحار .

البرنامجان السادس والسابع : مخصصان للوصول الى المستمعين في المناطق الشرقية (الشرق الأقصى وسيبريا ، منتصف آسيا وكازاجستان) ويقومان بمجرد تكرار البرنامج الأول ، مع الأخذ في الأعتبار أختلافات التوقيت في المناطق المختلفة .

وتشغل البرامج الثقافية والتعليمية قدراً كبيراً من الزمن الأذاعي وتتضمن تلك الأحتفالات الموسيقية للتجمعات لخدمة راديو وتلفزيون الأتحاد ، وليالي موسيقية للجمهوريات ، وأحتفالات راديو مخصصة للأدب والفن في الجمهوريات المستقلة ، ودورات شاملة للأذاعات في كل من الراديو والتلفزيون .

ويقدم برنامج قدمة الراديو المركزية الأسبوعية أذاعات أخبارية (١٣,٢ ٪) من الوقت المخصص وأذاعات أجتماعية سياسية ، أقتصادية علمية وثقافية ورياضية (١٥,٥ ٪) من الوقت المخصص ومسرحيات وأدب (٩ ٪) ، وأذاعات للأطفال والشباب (١٣,٧ ٪) وموسيقى (٣٩,١ ٪) ، وأذاعات أخرى (٨,٥ ٪) .

واقع الخدمات الأذاعية في مصر : ـ[١٣]

في ٣١ أيار سنة ١٩٣٤ تم أفتتاح الأذاعة المصرية ، وظلت الأذاعة المصرية تابعة لوزارة المواصلات حتى أنشأت وزارة الشؤون الأجتماعية في ٢٠ آب ١٩٣٩ وأصبحت الأذاعة أحدى أداراتها .

وظل الحال كما هو حتى أصدر مجلس الوزراء في ١٩ نيسان ١٩٤٢ قراراً يقضي بأن تكون الأذاعة تحت أشراف وزارة الداخلية نظراً لما للأذاعة من دور يتصل بمسائل الأمن العام أثناء الحرب ، ثم عاد الأشراف مرة أخرى الى وزارة الشؤون الأجتماعي بعد أنتهاء الحرب العالمية الثانية . وفي ٣٠ تشرين أول ١٩٤٧ صدر مرسوم ينص على أن الأذاعة المصرية هيئة قائمة بذاتها ملحقة بوزارة الشؤون الأجتماعية وأصبح أسمها (أدارة الأذاعة اللاسلكية المصرية) ثم صدر قانون آخر في عام ١٩٤٩ ينص على أستقلال الأذاعة وأعتبارها هيئة مصرية مستقلة أسمها الأذاعه المصرية .

وقد صدر مرسوم في ١٠ تشرين ثان ١٩٥٢ بأنشاء وزارة الأرشاد القومي وتم الحاق الأذاعة بها ، وفي عام ١٩٥٨ تم ألحاق الأذاعة برئاسة الجمهورية ، ثم نظمت

أذاعة الجمهورية العربية المتحدة بقرار جمهوري عام ١٩٥٨ بأعتبارها مؤسسة عامة لها الشخصية الأعتبارية وحدد القرار عمل الأذاعة بالمشاركة في التوجيه القومي العام ورفع مستوى الشعب ثقافياً وأجتاعية وأخلاقياً ، كما تحددت أغراضها على النحو التالي :

(١) النهوض بمستوى الفنون بأنواعها .
(٢) تقوية الشعور القومي والتعاون الأجتاعي وبث روح التضامن بين مختلف الأفراد والجماعات وتعزيز التقاليد الصالحة .
(٣) المساهمة في نشر الثقافة بين الأوساط الشعبية .
(٤) معالجة المشكلات الأجتاعية والدعوة الى التمسك بالقيم الروحية والأخلاقية .
(٥) إحياء التراث العربي والأدبي والعلمي والفني .
(٦) إطلاع الشعب على خير ما أنتجته الحضارة الأنسانية .
(٧) تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية وأيقافه على مختلف التيارات العالمية .
(٨) تعريف جمهورية مصر العربية والعالم العربي للبلاد الأجنبية .
(٩) تشجيع المواهب في شتى نواحي الفكر والأبداع .
(١٠) تقوية العلاقات بين المقيمين والمغتربين من ابناء الوطن .
(١١) الترفيه عن المواطنين .

تطور خدمات الأذاعة : ـ

حتى قيام ثورة يوليو (تموز) ١٩٥٢ قدمت الأذاعة ثلاثة برامج فقط في خريطة عملها احدها لخدمة المستمع المحلي وكان لايتجاوز ارسالة اليومي (١١) ساعة على فترات متقطعة ، أما البرنامج الثاني وهو البرنامج الأوربي فلم تتجاوز مدة ارساله (٤) ساعات يومياً يبث خلالها برامج باللغتين الانكليزية والفرنسية فقط ، وقدم البرنامج الثالث للجماهير السودانية حيث كان يبث لهم برنامج (ركن السودان) ولم تتعد قوة الأرسال الى ما قبل عام ١٩٥٢ (٧٢) كيلووات على الموجة المتوسطة فقط وقد شهدت الأذاعة المصرية تطوراً سريعاً بعد هذا العام حيث تم بث برامجها على الموجة القصيرة بقوة تصل الى (٤٠) كيلووات .

الخدمات الأذاعية المختلفة : ـ

(١) البرنامج العام : ـ

بدأ هذا البرنامج تحت أسم البرنامج الرئيسي منذ بداية عهد الأذاعة المصرية في ٣١ أيار ١٩٣٤ ، وقد بدأ هذا البرنامج أرساله لمدة لاتتجاوز (١١) ساعة يومياً وصلت الى عشرين ساعة يومياً تغطي خلالها جميع البرامج التي تهم مختلف فئات الشعب من مثقفين وعمال وموظفين وأمرأة عاملة وربة بيت ... الخ الى جانب أنه يعبر عن وجهة النظر الرسمية للحكومة بالنسبة للسياسة الداخلية والخارجية .

(٢) الرنامج الأوربي المحلي : ـ

بدأ هذا البرنامج آرساله في عام ١٩٣٤ مع بداية الأذاعة المصرية وقد بدأ البرنامج الأوربي المحلي أرساله بلغتين أجنبيتين هما الفرنسية والانكليزية ثم أضيفت اليها ثلاث لغات أخرى هي الأيطالية واليونانية والألمانية وقد وصلت ساعات الأرسال الى (١٤,٣٠) ساعة يومياً ، وزعت كما يلي : (٥٨,٩٨ ٪) برامج ترفيهية ، (١٥,٨٣ ٪) برامج أعلامية ، (١٥,٢٨ ٪) برامج ثقافية و (١٤,٪) للأعلانات .

(٣) أذاعة ركن السودان : ـ

أنشات الأذاعة المصرية في عام ١٩٤٩ ركناً أسمته ركن السودان وذلك لمدة نصف ساعة أسبوعياً ، تطور الأمر وبدأ أرسال الأذاعة السودانية في القاهرة لمدة نصف ساعة يومياً .

(٤) الأذاعات الموجهة : ـ

بدأت الأذاعات الموجهة عملها بعد قيام ثورة يوليو (تموز) بحوالي عام ، وتذيع هذه الأذاعات بأربع وثلاثين لغة لمختلف شعوب العالم في أسيا وأفريقيا وأوربا والأمريكتين والشرق الأوسط ويصل أرسالها الى (٦٣,٢٥) ساعة يومياً .

(٥) أذاعات صوت العرب : ـ

بدأت أذاعة صوت العرب في ٤ تموز ١٩٥٣ لمدة نصف ساعة فقط في البداية ، وقد وصلت الى ساعة كاملة في تشرين من نفس العام ، وتطورت ساعات أرسال صوت العرب الى أن وصلت الى (٢٢) ساعة وربع ساعة يومياً .

(٦) أذاعة الأسكندرية المحلية : ـ

بدأت خدمة هذه الاذاعة في ٢٦ تموز ١٩٥٤ كأول أذاعة محلية في مصر تقدم لمستمعيها كل ماهو محلي في محاولة لتعريف أهالي هذا الثغر بمدينتهم تأريخياً وثقافياً وأدبياً ، وقد وصل متوسط ساعات أرسالها اليومي الى (٨,٤٨) ساعةً موزعةً كالآتي : البرامج الترفيهية ، (٤٢,٥١ ٪) الطوائف (١٥,٢٣ ٪) ، الدينية (١٤,١٥ ٪) ، الأعلانات التجارية (١,٧٦ ٪) .

(٧) البرنامج الثاني : ـ

أنشات خدمة البرنامج الثاني في ٥ أيار عام ١٩٥٧ ويبلغ متوسط ساعات أرساله اليومي (٣,٣٠) ساعة .

(٨) أذاعه مع الشعب : ـ

أذاعة تم خدمة أذاعية عرفت بأسم أذاعة مع الشعب في ٢٥ تموز ١٩٥٩ وأهتمت هذه الأذاعة بالبرامج الريفية التي تخدم المشكلات التي يتعرض لها الفلاح وأصبحت تقدم يومياً ، ووصلت ساعات أرسال هذه الخدمة الى حوالي (٨,٣٩) ساعة في المتوسط يومياً .

(٩) أذاعة فلسطين : ـ

أخذت الأذاعة المصرية على عاتقها أنشاء خدمة أذاعية تعالج القضية الفلسطينية وتكون منبراً يستطيع أبنائها أن يعبروا من خلال تلك الخدمة الأذاعية عن أرائهم وبالفعل بدأت في بث برامجها من أذاعة صوت العرب في ٢٩ تشرين ١٩٦٠ ثم تتابعت البرامج خلال هذه الأذاعة حتى وصلت ساعات ارسالها الى حوالي خمس ساعات يومياً .

(١٠) أذاعة الشرق الأوسط : ـ

بدأت أذاعة الشرق الأوسط كأول أذاعة تجارية في أيار سنة ١٩٦٤ ، ويمتد أرسال هذه الأذاعة على فترتين ، صباحية ومسائية ، وبمعدل ١٣ ساعة يومياً ، وتتميز هذه الأذاعة ببرامجها القصيرة الخفيفة التي تشد المستمع والتي من خلالها يتم أذاعة مختلف الأعلانات التجارية لكافة المنتجات العالمية .

(١١) أذاعة القرآن الكريم : ـ

بدأت هذه الأذاعة أرسالها في ٢٩ أذار عام ١٩٦٤ ومن أهدافها تقديم القرآن الكريم قراءة وتلاوة ، مع تقديم برامج خاصة لشرح معاني الكتاب الكريم الى جانب تقديم ما يمجد القيم الروحية ومعاني الخير والفضيلة ، ويصل متوسط ساعات أرسالها الى (١٧) ساعة يومياً .

(١٢) أذاعة البرنامج الموسيقي : ـ

بدأت هذه الخدمة أرسالها في آذار ١٩٦٨ كخدمة أذاعية تهتم بالموسيقى وتهدف الى رفع مستوى التذوق الموسيقي لدى المستمعين كذلك تقديم أرقى أعمال الموسيقين العالميين ، وتبلغ ساعات ارسال هذه الخدمة (١٥) ساعة يومياً شغلت الموسيقى الخفيفة النسبة الأكبر فيها .

(١٣) أذاعة الشباب : ـ

أنشات هذه الخدمة في ٦ / ١٠ / ١٩٧٥ بطاقم من المذيعين الشباب حديثي التخرج ، وتمتد ساعات أرسال هذه الخدمة لمدة ساعتين يومياً وذلك على فترة واحدة من الساعة الثالثة حتى الخامسة مساءً .

البرامج في التلفزيون المصري : ـ

أفتتح التلفزيون المصري أرساله في ٢١ تموز عام ١٩٦٠ .
وتعتبر جمهورية مصر العربية التلفزيون وسيلة اعلامية هامة يجب حسن استخدامها لدعم الجهود من أجل التنمية ، وأن برامج التلفزيون المصري بجانب أنها تجمع بين

التثقيف والتعليم والتسلية والأعلان ، وتهتم أهتماماً خاصاً ببرامج التنمية وتوجه اليها عناية فائقة بحكم كون مصر أحدى الدول النامية في العالم.

ومن هنا كان تركيز التلفزيون المصري بصفة خاصة على البرامج التعليمية التي أصبح لها مساحة كبيرة من زمن الأرسال التلفزيوني ، وأمتدت هذه المساحة ليس فقط على القناة الأولى بل أيضاً على القناة الثانية ، بجانب هذه البرامج نجد نوعيات أخرى للبرامج منها مايلي : —

(١) البرامج السياسية : وتضم كل من البرامج الأخبارية وبرامج الأحداث الجارية والهامة .
(٢) البرامج الدينية .
(٣) البرامج الثقافية .
(٤) برامج المرأة .
(٥) برامج الأطفال .
(٦) برامج الصحة .
(٧) برامج السياحة .
(٨) برامج التنمية الزراعية .
(٩) برامج التنمية الصناعية .
(١٠) برامج المنوعات .
(١١) البرامج التعليمية .
(١٢) البرامج الرياضية .
(١٣) برامج الشباب .

هذا بالأضافة الى التمثيليات والمسلسلات والأفلام العربية ، الى جانب بعض المسلسلات والحلقات والأفلام الأجنبية .

« المصادر »

١) مجلة الاذاعات العربية ، المجلد السادس ، العدد (٦٩) .
٢) د . الحلواني ، ماجي ، الأذاعات العربية » ، الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي ، الكويت ، ١٩٨٢ .
٣) مجلة الأذاعة والتلفزيون (العراقية) ، العدد (٢٢٠) السنة الثامنة ٢٩ أذار / ١٩٧٧ .
٤) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون ، تقرير عن تأريخ الدورات الأذاعية في العراق .
٥) مندوب ، مظفر ، « التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي » ، دار الحرية للطباعة ، بغداد ، ١٩٨٣ .
٦) نفس المصدر السابق .
٧) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون العراقية ، تقرير عن الخطط الأذاعية في العراق .
٨) مندوب ، مظفر ، « التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي » ، م . ذ . س .
٩) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون العراقية ، قسم التنسيق في أذاعة بغداد ، (وكذلك بقية الملاحق عن الدورات الأذاعية الخاصة بأذاعة بغداد) .
١٠) المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون العراقية ، قسم التنسيق في تلفزيون بغداد ، (وكذلك بقية الملاحق عن الدورات التلفزيونية الخاصة بتلفزيون بغداد ، القناتين الأولى والثانية) .
١١) د . رشتي ، جيهان أحمد « النظم الأذاعية في المجتمعات الأشتراكية » ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٧٩ .
١٢) نفس المصدر السابق .
١٣) د . الحلواني ، ماجي « الأذاعات العربية » ، الطبعة الأولى دار الفكر العربي الكويت ، ١٩٨٢ .
١٤) نفس المصدر السابق .



بحوث المستمعين والمشاهدين وطرق قياس الرأى العام

الفصل الخامس

((بحوث المستمعين والمشاهدين وطرق قياس الرأي العام))

اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين في تطور البرامج الاذاعية والتلفزيونية : ـ

لم تقتصر اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين على تطوير البرامج الاذاعية فحسب وانما تعدت ذلك الى العمل على مواجهة المشكلات التي يعاني منها الواقع الاذاعي والتلفزيوني على مستوى المصدر والمستقبل . لذا فأن اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين تساعدنا على ادراك وفهم طبيعة هذا الواقع بشموليته اي ابتداء من صانع القرار ومنفذه وقائد الرأي وانتهاء بالجماهير بجميع فئاتها المختلفة .

إن رسم الخطة الجيدة وايجاد المضمون الجيد المنسجم مع الخطة يتطلب الرجوع دائماً لنتائج البحوث الميدانية فهذه النتائج هي وحدها التي تكشف لنا الحقائق وتقدم لنا معطيات صحيحة وحقيقة عن الافتراضات والاستنتاجات المهمة وتفيدنا في اختصار الوقت والجهد والتكاليف وتبعدنا عن الوقوع في الاخطاء المعرقلة لانجاح مشاريع وخطط التنمية القومية .

وعلى الرغم من اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين فلابد لنا من ان نعترف بأن الكثير من الاعلاميين الممارسين للعمل الاعلامي لايهتمون كثيراً ببحوث الاعلام بالشكل المطلوب وذلك لاسباب عديدة لامجال لذكرها هنا . الا أن نجاح الهيئات الاذاعية والتلفزيونية في اداء رسالتها على الوجه الاكمل لايتحقق الا من خلال اعتمادها على البحوث ومعطياتها العلمية كأدوات ووسائل لوضع الخطة وتقييم البرامج وتحقيق التواصل مع جماهير المستمعين والمشاهدين فمن طريق البحوث يستطيع المخطط التعرف على سمات وخصائص هذه الجماهير والوقوف على خلفياتها وثقافاتها فضلا عن الكشف عن ماهية رغباتها واحتياجاتها ، وعن هذا الطريق أيضاً نستطيع تحليل مضامين الرسائل المقدمة وقياس الأثر الذي تتركه على فئات وشرائح الجمهور المتباينة من حيث مستوياتها الثقافية والاجتماعية المختلفة .

ومن حيث توزيعاتها المهنية والعمرية والنوعية اضافة الى ذلك يمكن عن طريق البحث العلمي تذليل العديد من العقبات والمصاعب التي تحد من الدور الديناميكي الاذاعي[١] .

بحوث المستمعين والمشاهدين الدور والاهمية : ـ

ثمة عوامل ثلاثة تدعو الى تعاظم اهمية بحوث المستمعين والمشاهدين في مجتمعاتنا العربية على وجه الخصوص تلك هي : ـ

١ ـ تزايد اجهزة الاستقبال بصورة ملفتة للنظر والاقبال الشديد على اقتنائها كمطلب حياتي للاسرة . وبالنسبة لاجهزة الراديو فإن الطفرة التي تشهدها الاسواق في عرض اجهزة « الترانزستور » الرخيصة الثمن اليسيرة الصيانة اسهمت اسهاماً ملحوظاً في هذا التزايد ، وفي المسوح الميدانية فأن « الراديو » يتسيد المتعلقات المتواضعة للاسر الشديدة الاملاق التي لايكاد يتوفر لها قوت يومها .

٢ ـ الظروف المهيئة لانتشار الاستماع الى « الراديو » ومشاهدة « التلفزيون » في المجتمع العربي كما هو الحال في الدول النامية عامة حيث لاتصد عن متابعتها حواجز الامية ، وفتنة ذلك العملاق الصغير ـ التلفزيون ـ الذي حرك في النفس النزعة البشرية الى الاندماج مع الاخرين ثم يقوم في مهارة فائقة باشباعها باجتماعية تخيلية كما يفعل المعلنون حينما يثيرون الرغبة في السلعة لترويجها ، وفي المجتمعات المحافظة هو اقرب الى النافذة ـ الوحيدة غالباً ـ التي تتسلل منها الانظار لرؤية صورة مبررة من الامتاع المفتقد محلياً .

٣ ـ اتساع وقت الفراغ الذي توفره التشريعات الاجتماعية بتحديد ساعات العمل مما ينشيء الرغبة في ملء الفراغ . ويمثل « الراديو والتلفزيون » ارخص واقرب واشوق طرق ملء هذا الفراغ .

وقد ترتب على هذا التلاحم أن اصبح « الراديوم والتلفزيون » أكثر وسائل التغيير الثقافي والاجتماعي انتشاراً وربما اعمقها تأثيراً في الجماهير مما القى بمسؤوليات كبيرة على عاتق هذين الجهازين .

ولكي يوفي المسؤولون عن هذين الجهازين بالتزاماتهم ازاء مجتمعاتهم ، ظهرت الحاجة الى جمع حقائق بالاسلوب العلمي عن جوانب اساسية وجد انه لاغنى للعمل الاذاعي الرشيد عنها .

فالبرمجة الفعالة تتطلب الوقوف على طبيعة المجتمع المستهدف سواء من حيث عاداته ومعتقداته واهتماماته او الخصائص المشجعة او المعوقة لجهود التغير كما تتطلب أيضاً تحديد احتياجاته الفعلية والمستوى الذي بلغه على طريق التغير ومواقفه من القضايا المتصلة به حتى تتخذ من نتائج هذه الدراسات قاعدة للعمل ، وتصبح بمثابة المقاسات التي يحاك في ضوئها الرداء المناسب . وتتأكد اهمية هذه الدراسات في المجتمعات النامية التي تتغير فيها جماعات أكثر مما تتغير الاخرى ، وتظهر لهم في حاجات مختلفة في مراحل متباينة ، ويواجه المخطط جماعات تختلف في مدى الاستجابة ، وفي سرعة ثقيل التغير كما تختلف في مراكز الاهتمام ، ولا يستطيع ان يتحرك بهذه الجماعات الى امام بغير الاستناد الى معلومات وافية عنها تفصح تفصيلا عن واقعها .

ومن ناحية اخرى فإن الامكانات المحدودة في اكثر الدول النامية تؤدي الى فروق ثنائية وكثيراً مايترتب على ذلك ان تتسع الثغرة الثقافية بين المخطط ومستهلكي براجه ، وما لم يبذل جهوداً مستمرة للتعرف على مستمعيه ومشاهديه بالوسائل المختلفة التي تتقدمها البحوث فإن براجه تصبح غير مناسبة للمتلقين الاكثر حاجة اليها .

كما ان الاثير ينقل الى المستمع ما يريد المخطط ان يقدمه له ، فان البحث ينقل الى هذا المخطط ما يجب ان يعرفه عن المستمع ، فالاثير والبحث هنا قناتان تعملان كل في اتجاه ووجودهما معاً ضرورة للوصل بين الطرفين وصلاً لاغنى عنه ولا بديل . والمجتمعات النامية ايضاً اولى بمواردها من ان تضيع هباء على جهود غير ناجحة واهدار اي قدر من اعتماداتها نتيجة فشل برامجها الاعلامية في مقابلة حاجات جماهيرها في الوقت المناسب يشكل خسارة مضاعفة ، ويصبح لما يكلفه البحث من الحد من احتمالات الفشل ، والمعاونة في تقديم مواد اكثر فاعلية ، يصبح لذلك عائد اقتصادي وسيكولوجي واعلامي على السواء .

واذا كانت بحوث المستمعين والمشاهدين ضرورة للبرمجة الرشيدة كما اوضحنا فان هذه البحوث هي الوسيلة التي لا وسيلة غيرها لتقدير حجم الاستماع والمشاهدة اذ لا قيمة مالم نجد على الطرف الآخر من عملية الاتصال من يستقبلون البرامج . ولان الاذاعة تنطلق الى ابعاد واسعة وتصبح اقرب الى المشاع بلا قيد الا قوة الارسال ، ووجود جهاز للاستقبال وتوفر الرغبة في التلقي ، فانه يستحيل والحالة هذه عد المستمعين كما هو الشأن بالنسبة لأكثر الوسائل الاخرى ، ومن ثم لا يصبح هناك سبيل الا تقدير عدد المستمعين والمشاهدين من خلال بحوث العينات . ولا تقدم لنا هذه البحوث مجرد تقديرات لاعداد المستمعين والمشاهدين من خلال بحوث العينات ، وان كان ذلك في حد ذاته مطلباً بالغ الاهمية وانما تزودنا ايضاً بأنماط

التعامل مع « الراديو والتلفزيون » وكيف تختلف باختلاف الخصائص على نحو ما سوف يتضح من عرض المناهج والادوات ومن شأن ذلك ان يوفر الحقائق التي يمكن ان تستثمر في توسيع قاعدة الاقبال على البرامج مما يزيد من نقاط فاعليتها . وتزيد اهمية هذه البحوث ـ بحوث قياس حجم الاستماع والمشاهدة ـ مع ظهور كثرة من المحطات والوسائل المنافسة التي تسعى الى اجتذاب المستمع والمشاهد بشتى اساليب الامتاع وفي مواجهة ذلك فان تعرف المخطط على مصير برنامجه يمكنه كما يقول Lazarsfeld من مواجهة الكابوس الذي يقلق الاذاعيين عادة والذي يتمثل في حرية المستمع في تحويل جهازه فوراً نحو المحطات المنافسة الاكثر ارضاء له .
وتستمد بحوث المستمعين والمشاهدين اهميتها ايضاً من انها الطريقة العلمية لاستطلاعات الرأي العام ، وهي انواع من البحوث تفتقر اليها في مجتمعاتنا الى حد كبير . ان نتائج قياسات الرأي العام هي الاساس العلمي لتفهم رغبات واتجاهات الجماهير والتعرف على اهتماماتها وامانيها والتنبؤ احيانا بمواقفها وسلوكها مما يعين على رسم سياسات تحقق التلاحم بينها وبين صانعي القرارات ، وتشعر الجماهير بانها تسهم بالرأي في توجيه شؤونها فتتبنى هذا التوجيه ، ولهذا اهمية بالغة في نجاح مشروعات التنمية .

وفي مجال الاستماع والمشاهدة تكون هذه الاستطلاعات طريق الوصول الى مايريده المستمع والمشاهد وهما الغاية التي تنتهي اليها كل الجهود ، وليس من شك في ان نجاح الخدمة الاذاعية ـ مسموعة ومرئية ـ انما يقاس بقدرتها على ارضاء المستمع والمشاهد وتيقظها الى حاجاته المتغيرة ، ومقابلتها بالبرامج المناسبة . ومن ناحية اخرى فإن استطلاعات الرأي هي القنوات المشروعة للتعبير عما قد يتجمع في فكر رجل الشارع ، ومن ثم يتسنى للمخططين تحديد الجوانب التي يوجهون اليها خططهم لاحداث التأثير المطلوب دون الاعتماد على العفوية ومجرد التقدير ، ثم ـ ولعله هدف لا يقل اهمية ـ تدريب عامة الشعب على ممارسة ابداء الرأي الحر الذي يمثل احد ركائز الديموقراطية وهذا الهدف هو من اهم مسؤوليات وسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة لتطوير المجتمعات المستهدفة .

ويبقى بعد ذلك شكل آخر من بحوث المستمعين والمشاهدين وهو (بحوث الاثر) ويردد المراقبون ان « التلفزيون » هو اكثر وسائل الاتصال ثورية منذ اخترع (جو تنبرج) آلة الطباعة ، وان هذه الوسيلة اثبتت قدرة مذهلة على التأثير في حياة الناس حتى لقد قيل ان الاذاعة المرئية تأتي بعد القنبلة الهيدروجينية مباشرة كأخطر اختراعيين ظهراً في القرن العشرين! وانها قد احدثت تأثيرات عميقة في ثقافة المجتمع وجعلته يتحول من ثقافة الشافهة الى ثقافة الرؤية ، وان سر قدرته التأثيرية يكمن في سهولة ادراك الرسالة التي يحملها والانفعال بها ، كما

يكمن في انعدام عنصر الزمن بين الرسالة وتلقيها مما يحيل عملية التلقي الى ضرب من المشاركة الوجدانية ، كما ان الظروف النفسية والاجتماعية التي تحيط بعملية التلقي تهيىء الرسالة ذهنياً وعاطفياً .

واقوال كثيرة تتردد عن اثر التلفزيون في جوانب اخرى ، نجتزىء منها وصفه بالبائع الممتاز (super salesmar) لسبقه الاعلاني[٢] وبالفصل الدراسي « الالكتروني » لامكاناته التعليمية وجليس الطفل دورة التربوي بل قيل انه يشكل حياة هذا الجيل الى حد انه وصف بجيل « التلفزيون » .

وتأتي هنا بحوث الاثر لتحقق في هذا الذي يقال وتحاول ان تتوصل الى نظرية متكاملة لهذه القدروة التأثيرية وكيف والى اي مدى يمكن ان يكون التلفزيون موجها الى الخير وتحت اي ظروف يمكن ان يؤدي الى الشر ولماذا ؟ ثم ما هي تأثيرات المدى الطويل خلافاً للنواتج السرعية التي تطفو فقط على السطح .

وعلى مستوى البرامج اليومية للاذاعة والتلفزيون ما هو العائد مقارناً بالانفاق والجهد ؟ وسواء كان الهدف هو احداث تغيرات في منطقة المعلومات أو لتعديل الرأي او الاتجاه او غائراً في عمق السلوك فان المخطط يحتاج الى قياس الاثر الذي تحقق بالفعل كما يحتاج الى تبين نتائج المعالجات المختلفة والاساليب المتغايرة للتركيز على اكثرها جدوى واعمقها اثراً ، وهو في سعيه الى تحقيق هذه الاهداف لايجد غير بحوث قياس الاثر منهجاً للعمل .

هذه لمحة عن دور بحوث المستمعين والمشاهدين واهميتها للعمل الاذاعي مسموعاً ومرئياً ، وتكشيف لغايتها والآمال المعقودة عليها لتحقيق اهداف يتطلع اليها المجتمع العربي في سعيه الدائب لرسم صورة اكثر اشراقاً لغده . وهي رؤى تجارب وخبرات يتبادلها المختصون بتخطيط دور وسائل الاتصال الجماهيري.[٣]

انواع بحوث المستمعين والمشاهدين : ـ

هناك أربعة أنواع أساسية لبحوث المستمعين والمشاهدين هي :

(أ) بحوث البرمجة : ـ

من الحقائق التي توصل اليها التجريب على المدى الطويل ان جمهور المستمعين والمشاهدين غالبا ما ينشىء حاجزا دفاعيا يحجب به وصول ما يكون له فائدة

كبيرة ، ولقد صادقت البحوث التي أجريت في بعض انحاء الوطن العربي على الكشف الذي توصل اليه شيخ باحثي الاعلام بول ، ت ـ لازار سفلد منذ الاربعينات وتضمن (ان الناس الاكثر استماعا للتعليم الاذاعي هم الذين يقل احتياجهم لهذا التعليم) . واذا آن التعليم في مجتمعاتنا العربية هو المسؤولية الاساسية للراديو والتلفزيون ، لانه اداة التغيير ، والتغيير في اسلوب الحياة والتغيير في السلوك ، وهما بالدرجة الاولى مطلبا التنمية . ومعنى ذلك ان الجماهير تعرض عن البرامج الاذاعية التي تحمل اليها دعوة النمو ، وتتحدى ـ شأنها في ذلك شأن اكثر الدول النامية ـ الرسالة الاذاعية ـ مسموعة ومرئية ـ في أخص واجباتها .

ولقد كانت هذه الحقيقة دافعا الى تبني إستراتيجية تعمل على ادخال الرسائل الهادفة الى التغيير في البرامج الاذاعية والتلفزيونية التي تجتذب المستمعين والمشاهدين وبذلك تحقق الرسالة التعليم والامتاع على السواء ، وهكذا تتدثر المادة التوجيهية او التعليمية برداء محبب الى المستمع او المشاهد لتحصل على جواز مرور الى عقله ووجدانه معا ، لكن إين هي البرامج التي تجتذب الناس جميعا والتي يمكن ان تطعم بالتوجيه والتعليم؟

ان دور البحث هنا دور رئيسي في نجاح البرمجة ذلك لانه فقط من خلال دراسة القطاع المستهدف دراسة متعمقة يمكن تقديم برامج مقنعة ومؤثرة وجذابة له على السواء .

وبحوث البرمجة لاتؤتي ثمارها الا من خلال تعاون وثيق بين الباحث ومعد البرنامج ويبدأ هذا التعاون عملياً بالمشاركة في تحديد المجتمع المستهدف تحديداً واضحاً وفي بلورة هدف البرنامج بشقيه الهدف المتصل بغايات واهتمامات المجتمع المستهدف وهو العنصر الجاذب ، والهدف الضمني المراد تحقيقه من خلال الصورة الظاهرة للبرنامج .

وأسوة بالبحوث الاخرى تتم الدراسة على عينة تمثل القطاع المستهدف تسحب باحدى الطرق العشوائية المعروفة من اطار يشمل وحدات هذا القطاع ولا يمثل توفر الاطار في أكثر الحالات وخاصة في المجتمعات المحددة مشكلة كما يحدث في البحوث الاذاعية الاخرى ، ذلك لان القطاعات الخاصة غالباً مايوجد لها حصر في الجهات المعنية بها ، وقد وجد بالتجربة أن عينة المجموعات **cluster Samples** هي الوسيلة الايسر لاختيار عينة الدراسة في هذا البحوث بالنسبة للقطاعات الكبيرة ذات التجمعات ونظراً لان هذه المجتمعات الفرعية تكون اقرب الى التجانس فإن حجم عينة الدراسة لايكون كبيراً كما هو الحال في المجتمعات غير المتجانسة ويكون الخطأ المعياري لهذه العينة عادة في اصغر قيمة .

وصغر العينة نسبياً هنا يوفر الانفاق والجهد والوقف في اجراء البحث ، وهذه مزية اخرى لبحوث برمجة القطاعات الفرعية الى جانب ما اشرنا اليه من توفر الاطار ، والمتبع ان تكون اداة البحث هنا صحيفة تجمع بياناتها باسلوب المقابلة الشخصية وهو الاسلوب الاكثر نجاحا في المجتمعات العربية بحكم ظروفها وقد اثبتت التجارب افضلية أن يكون الباحث القائم بالمقابلة من ذات القطاع او في القليل ممن يرتبطون به بصلات بحيث يتفهمون جيداً اساليب التعامل معه مما يرفع كثيراً معدل الاستجابة للبحث .

ولا تشمل الصحيفة فقط الاسئلة التقليدية عن عادات ونمط الاستماع والمشاهدة والخيارات والتفضيلات ، وانما يجب أن تتضمن أيضاً مستوى معلومات البحوث عن الموضوع الضمني في البرنامج ورؤيته له واتجاهاته ازاءه ومواقفه فيما يتعلق أو يتصل به ، ومحاولة الاقتراب كذلك من الاطار القيمي ومن الواضح أن تشتمل الصحيفة كذلك على اسئلة تفضح اجاباتها عن اهتماماته وافكاره وما يشغل ذهنه ومشاكله وامانيه .

ولعله واضح انه من الاجابات عن هذه الاسئلة وبصفة خاصة من تحليل ميول ومواقف المبحوثين تجاه الموضوعات المدنية ، ومما يحصل عليه الباحث من مصادر اخرى عن خصائص واهتمامات ومشكلات القطاع المستهدف ، تتوفر لمعد البرنامج الخيوط التي ينسج منها برنامجه ، ويقف على الحقائق التي تعينه على تجويد جهده الاذاعي ، فيقدم له مثلا الجرعة المناسبة لمستوى معلوماته ويتفادى مغبة مايعرف « بتنافر المعرفة » ويحرص على ان يبقى على مشاركة المستمع والمشاهد فيما يسمى بالحوار غير المنطوق ويتميز الاسلوب الانسب لعرض الرسالة سواء من الجانب الواحد او الجانبين وغير ذلك مما يعرفه الاعلاميون من مواصفات الرسالة الفاعلة .

ولاتقتصر بحوث البرمجة على دراسة المجتمعات الفرعية فحسب ، فمثالياً يجب ان تسبق هذه البحوث اعداد البرامج والمشروعات الاذاعية التي تستهدف الجماهير عامة ، فالبرامج الصحيحة تحتاج الى معرفة المشكلات الصحية القائمة والعادات التي يراد تعديلها ووعي مقاومة الاسلوب الصحي من العلاج والمداخل التي يمكن أن ينفذ منها البرنامج ليحظى بتلق مناسب ، والبرامج السكانية يجب ان يسبقها كذلك بحث لتحديد اتجاهات الرأي العام ازاء الاسرة الصغيرة وضبط الانجاب والشائعات التي تتردد على وسائل هذا الضبط ومصادرها والاسانيد التي يبرر بها نبذ الدعوة حتى تتضمن المعالجة الاعلامية تفنيدها ، والاذاعات المحلية يجب ان تخطط على اساس حقائق تجمع بالاسلوب العلمي عن اوزان جمهور المجتمع المحلي وعاداته وتركيبه الديموغرافي ومشكلاته واطاره الدلالي لبعض المفاهيم وغير ذلك مما يكفل تقديم برامج تتناسب مع ظروفه .

(ب) قياس حجم الاستماع والمشاهدة : ـ

من اقدم بحوث المستمعين والمشاهدين بحوث قياس الاستماع والمشاهدة ، وتعتبر اذاعة بريطانيا من اعرق الاذاعات في تطبيق هذا النوع من بحوث المستمعين والمشاهدين اذ بدأت بها منذ ٤ كانون الاول ١٩٣٩ وواصلت اجراءها يوميا ولم تتوقف خلال هذا التاريخ الطويل الا لمدى عشرة ايام لاتزيد عندما اشتدت حملة الالمان على بريطانيا خلال الحرب العالمية الثانية ، ومنذ عام ١٩٥٢ شملت هذه البحوث ـ التي بدأت بالاذاعة المسموعة فقط ـ شملت أيضاً التلفزيون . وقد ادخلت هذه البحوث الى الوطن العربي في الثلث الاخير من الستينات مع بعض التطوير الذي وائم بين اسلوبها التقليدي وامكانات وظروف مجتمعنا .

وتهدف هذه البحوث اساساً الى تقدير حجم الاستماع والمشاهدة وجمع حقائق تتصل فقط بهذا الهدف ، فهي لاتحاول ان تقف على اسباب اقبال او اعراض الناس عن البرامج ، ولا ما اذا كانت البرامج التي تابعوها قدراتهم ام لم ترقهم ، بعبارة اخرى ليست هذه البحوث لدراسة الدوافع او الاذواق دراسة مباشرة ولكنها بحوث لدراسة السلوك بالدرجة الاولى .

ورغم ذلك فانها من اهم البحوث الاذاعية ، ذلك لانها تحدد حجم استهلاك الخدمة الاذاعية أن جاز هذا التعبير او ماذا يحدث بالضبط على الطرف الاخر من خطة الاتصال والمؤكد ان استقبال البرنامج هو مقدمة اساسية للانفعال به ، وشرط لازم لحدوث الاثر .

وتقدم هذه البحوث على الاسس الاتية : ـ

(١) التوجه مباشرة الى فرد البحث وسؤاله وجهاً لوجه

(٢) تكون اذاعة كل يوم موضوع الدراسة في اليوم التالي مباشرة ، فالبرامج التي تذاع يوم السبت يقاس الاستماع اليها ومشاهدتها يوم الاحد . وحكمة ذلك الى جانب ديمومه الدراسة واتصالها ، انه يسهل على فرد البحث أن يتذكر ما استمع اليه او شاهده في امسه .

(٣) مقارنة نتائج الدراسة كل يوم بالنتائج المناظرة في الايام الاخرى ومتابعة موجات التغير ومواطن الثبات رغم اختلاف من يسألون كل يوم ووضع ذلك كل تحت مراجعة دقيقة وموضوعية .

(٤) يقوم بالبحث الميداني مقابلون مدربون خصيصاً على هذه العملية الدقيقة ، وينفذونها وفق قواعد محكمة تتضمن توجيهات للتعرف في مواجهة أي احتمال متوقع .

(٥) يستبعد الاطفال تحت سن معينة من اعداد مبحوثي هذه الدراسة ، ويجري عليه بحث منفرد .

عينة الدراسة

تجري الدراسة عادة على عينة حصص طبقية .Stratified Quota Samp ومع انها عينة غير احتمالية ، الا انه وجد انها الانسب في هذا النوع من البحوث ، ذلك لان شرط اجراء الدراسة في اليوم التالي مباشرة لتقديم البرنامج قد لايتيسر اعماله على مبحوث يتحدد سلفا بالاسلوب العشوائي لاحتمالات التغيب او عدم الاستدلال او رفض التعاون أو غير ذلك . ويعالج جانب الضعف في هذا النوع من العينات غير الاحتمالية بالمرض الشديد على أن تكون العينة شاملة لنسب من فئات المجتمع تماثل نسب وجود هذه الفئات به ، وذلك في محاولة للاقتراب من العينة الطبقية العشوائية وفي بعض المجتمعات تكون ضوابط التمثيل هي البيئة . الجغرافية ، والنوع (Sex) والعمر والطبقة الاجتماعية و العمل .

اداة البحث : ــ

اداة البحث هنا تكون قائمة تتضمن كل البرامج والفترات التي قدمت في اليوم السابق مرتبة زمنيا خدمة يخدمه ، ويقابل كل منها رقم رمزي يضع الباحث حوله دائرة اذا ذكر له المبحوث انه استمع اليه او شاهده في اليوم السابق على المقابلة . وفي آخر صحيفة البحث اسئلة عن : ــ

(١) امتلاك فرد البحث لجهاز استقبال (راديو او تلفزيون) .
(٢) رأيه عموما في البرامج ككل ــ ولا يوجه هذا السؤال عن لايمتلك جهاز استقبال
(٣) اسم فرد البحث
(٤) نوعه (بالملاحظة)
(٥) عنوان السكن والحي او القرية .
(٦) السن لاقرب سنة .
(٧) المستوى التعليمي .
(٨) العمل

ويتوضح بالاستمارة المكان الذي تمت فيه المقابلة .

التنفيذ الميداني : ـ

يكلف الباحث بأن يقابل عدداً محدداً من الحالات لهم مواصفات بذاتها بمعنى ان يحدد له كم منهم ان يكونوا ذكوراً وكم منهم اناثاً ، كم أميون وكم يقرأون و يقرأون ويكتبون ... كم تقل اعمارهم عن العشرين وكم يجب ان يكونوا من الثلاثينيات ... وهكذا . وتحدد هذه الاعداد طبقاً لنسبتهم في المجتمع وفي هذه الحدود يختار المقابل من يشاء من سكان المنطقة التي يبحثها في من توفرت فيهم هذه المواصفات ، ويلتقي بالحالات في المنازل والطرقات والاماكن العامة . وفي بساطة يقدم الباحث نفسه الى فرد والبحث ، ويذكر له بايجاز هدف المقابلة ، ويرجوه لو ذكر له مايكون قد استمع اليه او شاهده من البرامج التي اذيعت او قدمت بالامس على وجه التحديد ، وقد يرى الباحث ان يطلعه على الصحية المتخمنة لتلك البرامج ليساعده على التذكر ، وفي حالات اخرى قد يصل الى افضل النتائج باستعراض البرامج استعراضاً يطبق فيه مبدأ (ترابط اواقتران الافكار » كان يسأل فرد البحث عما استمع اليه في الصباح وعندما عاد من عمله ، ومايكون قد شاهده او استمع اليه في السهرة وهكذا .

ويلزم هنا . تحديد مفهوم المشاهدة او الاستماع او بعبارة اخرى متى يعتبر فرد البحث مستمعاً او مشاهداً لبرنامج ما ؟ فعلى سبيل المثال لايعتبر المبحوث مستمعاً او مشاهداً اذا كان قد استمع الى او شاهد اقل من نصف البرامج . كذلك لايعتد باستماع الخلفية اذا لم يتذكر المبحوث موضوع الفقرة وتطبيق نفس القاعدة على المشاهد . ولايستطيع الباحث رأي المبحوث في البرنامج الذي تابعه وان كان يطلب منه ان يعبر عن رأيه حول البرامج بصفة عامة .

تحليل النتائج : ـ

تجهز بيانات هذه البحوث تجهيزاً الياً اذا توافرت امكانيات ذلك توخياً للدقة وتحقيقاً للسرعة . ومن اهم النتائج التي يمكن التوصل اليها من هذا البحث :

(١) ـ نسبة المستمعين او المشاهدين الذين استمعوا الى الاذاعة او شاهدوا التلفزيون في اليوم السابق على اجراء البحث وتقدير هذه النسبة في المجتمع الاكبر الذي سميت منه عينه البحث .

(٢) ـ ترتيب البرامج بحسب نسب من استمعوا اليها أوشاهدوها .

(٣) ـ الخصائص الديموغرافية للمستمعين والمشاهدين .

(٤) ـ الاوقات التي يزيد فيها عدد المستمعين والمشاهدين وتلك التي يقل فيها عددهم .
(٥) ـ المتوسط الحسابي لطول زمن الاستماع او المشاهدة في اليوم للفرد الواحد وكيف يتغير بتغير الخصائص الفردية .
(٦) ـ احجام الاستماع او المشاهدة في ايام الاسبوع المختلفة واتجاهات التغير فيها على المدى الطويل .
(٧) ـ مدى رضاء مجتمع البحث عن برامج الاذاعة والتلفزيون ككل محسوباً بتقدير كمي غير وصفي .
(٨) ـ العوامل المؤثرة في الاستماع والمشاهدة ايجاباً او سلب ايجاباً او سلباً .

وغير ذلك من الحقائق الهامة التي يفيد منها المخطط والمتابع والقائم بالتقييم على السواء .

(جـ) بحوث قياس رد الفعل : ـ

راينا ان جاذبية البرنامج انما هي محصلة عوامل وظروف وعوارض لا يشكل الاستماع اليه او مشاهدته الا احداها وهو ليس دائماً اهمها . لذلك فنحن نحتاج الى ان نعرف بالاضافة الى عدد مستمعي البرنامج او مشاهديه كيف استقبلوا ـ ايا كان حجمهم ـ هذا البرنامج ؟ هل استمتعوا فعلا بما استمعوا اليه او شاهدوه ، واذا كانوا كذلك فالى اي مدى ؟ واذا لم يكونوا فلماذا ؟ وماهي تصوراتهم لتحسين مايقدم لهم ؟ وبذلك يمكن قياس الكيف ـ كما يراه المستمع او المشاهد ـ الى جانب قياس الكم وقد ظهر اسلوب للتواصل الى ذلك يستند الى نتائج سؤال عينة من المستمعين والمشاهدين بعد استماعهم ومشاهدتهم فعلاً للبرامج التي يطلب اليهم مبداء الرأي فيها ويتميز هذا الاسلوب اساساً بعنصر الاستمرار لفترة مناسبة .

ويبدأ المنهج بدعوة المستمعين والمشاهدين الى الاشتراك في جماعة تتعاون مع هيئة البحث لفترة من الوقت بابداء ارائها دورياً فيما تستمع اليه او تشاهده وذلك على صحائف ترسل اليها اسبوعياً ، وقد يختار هولاء من بين من سبق سؤالهم في بحوث قياس الاستماع والمشاهدة ، لكن تفضل الطريقة الاولى لانها تجتذب اعداداً اكبر مما يسمح باختيار اعضاء الجماعة على نحو يمثل مستمعي ومشاهدي كل خدمة وقناة وتستمر هذه الجماعة لمدة مناسبة تصل الى خمسة عشر شهراً في المتوسط .

وعلى اثر تشكيل هذه الجماعة (pand) ترسل الى اعضائها كل اسبوع مجموعة من صحائف الاستقصاء عن مجموعة منوعة من البرامج ، وبما ان الهدف هو

استطلاع آراء عينة من المستمعين بالفعل ، فانه يصبح من الأهمية القصوى الا يجيب الاعضاء من الاسئلة المتعلقة بالبرامج التي كان من المحتمل ان يستمعوا اليها او يشاهدوها حتى ولو لم يكونوا اعضاء في هذه الجماعة . وعلى ذلك فانه يطلب من العضو ان يستمر في استماعه او مشاهدته كالمعتاد دون ان تفرض عليه العضوية واجب الاستماع او المشاهدة ، وعندما يستمع او يشاهد برنامجاً في ظل الرغبة الحرة عندئذ فقط ـ يجيب على اسئلته .

اما عن اداة البحث ـ وهي صحيفة الاستقصاء ـ فانها تختلف باختلاف البرامج المراد استطلاع الراي عنه ، وصحيفة الحديث تتضمن عادة سؤال العضو اسئلة تمكنه من التعبير عن ردود فعله بالنسبة لموضوع الحديث وطريقة المتحدث والرأي فيه كمتحدث ، وصحيفة التمثيلية تتضمن اسئلة عن القصة والأخراج والتمثيل وما اذا كان العمل المقدم قد راقه واثار اهتمامه ، ويسأل المستمع او المشاهد عادة عن القدر الذي تابعه من البرنامج موضوع القياس (كله ـ اكثر من نصفه ـ نصفه ـ اقل من ذلك) كما يترك بعد اكثر الاسئلة فراغات ليدون فيها العضو مايشاء من التعليقات التي يرى اضافتها . وتنتهي صحيفة الاستقصاء بما يسمى بملخص رد الفعل حيث يطلب الى العضو ان يجمع ردود فعله عن البرنامج ككل بان يقدر درجة البرنامج من بين بدائل لذلك الى العضو ان يعيد الصحيفة في موعد يحدد له بالضبط . وتتسم اداة البحث بالبساطة بقدر المستطاع وفيما يلي نموذج لاحدى هذه الصحائف : ـ

الموضوع : ....

المتحدث : حديث قدم من ....

التاريخ : يوم ..... الموافق / / ١٩٨

الوقت : الساعة ....

١ ـ نرجو استخدام الفراغ التالي في افادتنا عن رايك في هذه الاذاعة مع ذكر اسباب هذا الرأي .

....

....

....

....

٢ ـ القدر الذي استمعت اليه من هذه الاذاعة : ـ

كله ٢/١ + ٢/١ ٢/١ -

٣ ـ ملخص رد الفعل : (أ +) (أ) (ب) (جـ) (جـ⁻)

الرجاء اعادة هذه الصحيفة يوم .... الموافق / ١٩٨

رقم : / / /

الاسم .... العمل ....

كيف يوزن الرأي : ـ

يلخص العضو رد فعله العام ازاء البرنامج ويحدده بنفسه باختيار رمز من تدريج ذي خمس درجات كما اشرنا (أ + أ ب جـ جـ⁻) ويشرح للعضو ضمن دليل يسلم اليه ـ مرادف كل دركة . فمثلاً (أ +) تعني ان العضو استمع بالبرنامج الى درجة تفوق الحد ، وفي الطرف الاخر تعني (جـ⁻) منتهى الرداءة . اما (ب) فتعني الاستماع العادي . وبتعويض بسيط تحول الرموز الى تفسيرات وقيمة كالاتي .

أ + وتعطى ٤ درجات
أ وتعطى ٣ درجات
ب وتعطى ٢ درجتان
حـ وتعطى ١ درجة واحدة
جـ ـ وتعطى صفر

ويحسب تقدير الرأي في البرنامج من مجميع ما اعطاه له الأعضاء من الدرجات واستخراج النسبة المئوية لهذا المجموع لما يمكن ان يكون قد حصل عليه من درجات فيما لو قدر جميع الاعضاء المجيبين انه يستحق (أ +) ويقترب التقدير الرقمي للعمل الأذاعي عادة بعرض وصفي للاتجاهات .

وخلاصة القول انه في قياسات الرأي ويمثل ارتفاع تقدير الرأي العام للبرنامج حكماً موضوعياً بجودته بالمقاييس الفنية ولايعكس تقيماً للمستوى الفني للعمل المذاع او لمن اسهموا فيه ، وانما يسجل فقط ـ كما ذكرنا ـ نجاح البرنامج في الاقتراب من مستمعيه او مشاهديه ، هذه هي الحقيقة ، ولاتبخس هذه الحقيقة من قدر قياس الرأي العام في شيء ، فالمستمع او المشاهد وانما هي في الغاية والقصد من كل جهد يبذل .

ولان هذا الاسلوب من قياس الرأي العام يعتمد اساساً على استبيان البريد ـ Questionnairemail فانه لايمثل الاسلوب المفيد في المجتمعات التي ترتفع فيها معدلات الامية وان كان هناك رأي يفيد بانه حتى في هذه المجتمعات توجد دائماً فئات متعلمة تستطيع ان تكتب بردود افعالها وان غير هؤلاء لايستطيعون تقديم شيء مفيد وهناك ايضاً اسلوب المقابلات الجماعية (Group Meetings) ويتضمن دعوه عينة تمثل المجتمع لجمع معلومات منها من برامج قدمت فعلاً أو قبل تقديمها (لاجراء اختبار مسبق عليها) . وقد يصل عدد هؤلاء الى (١٠٠) مئة مدعو يجتمعون لنحو ساعتين ، وبعد الترحيب بهم وشرح الغرض من الدعوة واهميتها توزع عليهم استبيانات لملىء بياناتها ويعقب ذلك مناقشة عامة بين

الحاضرين في جو ودي حيث يشجع الاعضاء على توجيه اية اسئلة قد تخطر لهم . ومن مزايا هذه الطريقة ايضاً ملاحظة انطباعات بعض البرامج على المدعوين ملاحظة مباشرة . لكن يعاب على هذا الاسلوب انه طالما انَ الحضور اختياري فان الحاضرين بالفعل قد لايمثلون المجتمع المستهدف ، علماً انه يمكن مواجهة هذا القصور باجراء بعض التصحيحات الاحصائية .

(د) ـ بحوث الأثر :

لاخلاف على ان الغاية المنشودة من كل الجهود الاذاعية هي الاحداث الاثر الهدف المستهدف فيها ، ومثاليا يجب ان يتمدد لكل جهود هدف ، وان يكون هذا الهدف قابلا للقياس (Measurable objective) وبغير ذلك يستحيل اجراء بحوث الاثر ، وبالتالي لايمكن في مجال بحوث المستمعين والشاهدين ان نحدد علمياً الى اي مدى حقق البرنامج اهدافه ، واذا ادركنا ان نتائج بحوث الآثر هي بمثابة المؤشر الحساس الذي يسجل بأسلوب موضوعي صورة واقعية لقيمة الجهود الاذاعية خارج الاستوديوهات ، وان طبيعته (احادية الاتجاه) التي تتسم بها وسائل الاعلام الجماهيرية لاتتيح بديلا عن البحث في تقصي فاعليه الرسالة الاعلامية ، وان التقدم التكنولوجي قد عوم الحدود بين الشعوب بحيث اصبح المشاهد والمستمع العربي في دائرة المرمى من اذاعات وافدة تصوب اليه بخيرها وشرها على السواء وتحدث اثرها الدمر احياناً بقصد وبغير قصد فالعصيان والتمرد ونزعات العنف والاثارة والفساد صور يعايشها المستمع والمشاهدين دوماً وجنب الى جنب مع رؤى شيقة جهزة تخلق المناخ الزمني للاستفرات والتقبل ، اذا ادركنا ذلك لوضح بجلاء ان بحوث قياس الاثر هي واحدة من اهم بحوث المستمعين والمشاهدين ان لم تكن اهمها قاطعة ليس لتحديد الاثر فحسب ولكن لانها ضرورة هنا لفهم عملية التأثير والكشف عن العوامل المختلفة ـ ذاتية وبيئية ـ التي تتدخل في هذه العملية وادراك علاقاتها مما يسير التواصل الى الخطوة التالية وهي التنبؤ المتبني على هذا الفهم اي القدرة على ان تستنتج من العلاقات الوظيفية التي تكتشفها نتائج اخرى يمكن ان تنسق معها ، وبذلك نستفيد من نتائج البحوث في مجال اوسع بالتعميم ، وهذا بدوره يقودنا الى خطوة اخرى هي امكانية التحكم بالسيطرة على هذا الوسائل على نحو يوجهها لخدمة اهداف بناءة .

ومع هذه الاهمية فان بحوث الاثر التي تترسم المنهج التجريبي ـ وهو ادق الطرق لتحديد الاثر ـ هذه البحوث هي اندر البحوث جميعاً . والملاحظ ان المنهج الوصفي ـ لسهولة تطبيقه ـ هو الطريقة التي يلجأ اليها كثير من الباحثين

حينما يفكرون في الحصول على معلومات عن انطباعات البرامج ، ويكون سؤال المستمع او المشاهد نفسه عما احدثه البرنامج من تغيير في معلوماته او اتجاهاته او سلوكه هو السؤال الحاكم في مثل تلك المحاولات ، ويسأل المبحوث احياناً في عجالة لاتوفر تفاعلا بين طرفي المقابلة ويلتقط الباحث اجابات المبحوث يضيفها الى اجابات اخرتي يكون قد توصل اليها بنفس الاسلوب وينتهي الامر الى نتائج كثيراً ما تكون هي وحدها الضوء المتاح للقائمين بالتقيم وتوف الاثر .

ولعل السبب في الاعراض عن المنهج الصحيح لتحديد اثر الرسالة الاذاعية في المجتمع المستهدف ، ان هذا المنهج يتطلب اساساً : ـ

(١) ـ التحقق من ان الاثر موضوع لم يكن موجوداً قبل اعمال المؤثر ـ اي قبل التعرض للرسالة ـ وانه حدث اثناء وبعد هذا التعرض .

ولايتأتى للباحث الاذاعي ان يتوصل الى الدليل المثبت للشق الاول من هذا المطلب الا باجراء دراسة قبلية على هذا المجتمع اي قبل بث البرنامج وهو هنا المتغير التجريبي .

وواضح ان هذا البحث القبلي هو جهد قائم بذاته له خطته وادواته وانفاقاته ، كما ان لهذا القياس القبلي مشكلات ايضاً ، فاذا كان ميسوراً اجزاؤه في منطقة المعلومات فان ثمة صعوبات يواجهها الباحث حينما يتصدى للتعرف على اتجاهات المستمع او المشاهد قبل تعريضه للمؤثر ، اذ كثيراً ما يصطنع الاتجاهات المرغوبة اجتماعياً الامر الذي يطمس اي ناتج ايجابي يكون التعرض قد احدثه في المتلقي . ومن ناحية اخرى فان قياس الاتجاه بعد اعمال المؤثر يشوبه اثر القياس القبلي وتفاعل القياس مع البرنامج المقدم مما ينعكس على الاثار الفعلية المقيسة ـ وفي مجال السلوك يواجه الباحث بمشكلة من نوع اخر تلك هي انه في كثير من الحالات تكون الملاحظة هي الطريقة الاصدق ، وللملاحظة صعوباتها في تطبيقات بحوث الاعلام على الخصوص .

(٢) ـ والمطلب الثاني هو استبعاد عوامل اخرى انها قد تحدث الاثر موضوع القياس . لكن دون ذلك صعاب ، فتداخل العوامل ـ المنظورة وغير المنظورة ـ وصعوبة التحكم فيها الى حد الاستحالة احياناً ، يجعل مطلب هذا الاستبعاد عزيز المنال ـ وفي محاولة للالتفاف حول هذه المشكلة ، يتجه الباحث الى اسلوب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة ويبذل قصارى جهده لكي يتحقق التماثل بينهما ثم يقيس الفارق بين المجموعة التجريبية التي تتعرض للرسالة والمجموعة الضابطة التي لاتتعرض لها ، بيد ان محاولة تحقيق التماثل التام عند اختيار

المجموعتين التجريبية والضابطة امر عسير يدرك الباحثون تعقيداته ، كما ان افتراض عدم تدخل مؤثرات اخرى غير الرسالة الاعلامية خلال اجراء البحث التجريبي افتراض غير واقعي وينطوي على كثير من التجاوز .

ولقد امكن احراز بعض التقدم من خلال تصميمات تحاول باساليب مختلفة السيطرة على العوامل المتداخلة مع الرسالة الاذاعية فاستخدمت تصميمات القياس القبلي على المجموعة التجريبية ، كما استخدمت تصميمات اخرى تتضمن اكثر من مجموعة ضابطة واحدة في محاولة لتحديد اثار مؤثرات اخرى غير المتغير المستقبل كالتفاعل وتأثير عامل عارض . ومع ذلك فلم تتوصل هذه الجهود بعد الى تنقية القياس كلية من شوائب تدخل العوامل الاخرى كما ان اكثر هذه الدراسات التجريبية لاتزال تركز على قياس اثر متغير واحد لايزيد متخلفه من ذلك عن تجارب العلوم الطبيعية التي تستخدم عدداً من المتغيرات المستقلة بمناهج اكثر تقدماً كالتصميم العاملي الذي يقيس اثار عدد من المتغيرات المستقلة والتفاعلات بينها . كذلك فان قياس الاثر المباشر وفي المدى القصير هو السمة الغالية على بحوث قياس الاثر في المجال الاذاعي .

(٣) ـ ومن الصعوبات كذلك مشكلة اخضاع المشاهد او المستمع للتجريب وبسبب هذه الصعوبة تجري اكثر البحوث التجريبية على عينات لاتمثل فعلاً المجتمعات المستهدفة وغالباً ماتكون من المتطوعين او من فئات الطلبة ومن الطبيعي ان مايصدق على هذه الفئات لايمكن تعميمة على المجتمع ، وفي البحوث القبلية البعدية يتعذر الاحتفاظ بالمجموعة المقيسة قبل المؤثر لاعادة قياس المتغير التابع بعدا ، وقد يستعاض عن ذلك بمجموعة مماثلة لكن مثل هذا التماثل غالباً ما يكون افتراضاً غير دقيق .

طرق قياس الرأي العام[٤] :

Methods of Gauging public Opinion

(١) طريقة الاستفتاء — Questionnaire Method.
(٢) طريقة المسح — Survey Method
(٣) طريقة تحليل المضمون . — Content analysis Method

تمهيد :

ان الرأي العام عبارة عن اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة او حادث معين.، وعلى الرغم من أن الرأي العام اتجاه الا أن طرق قياسه تختلف عن طرق قياس الاتجاهات اذ بينما تهدف مقاييس الاتجاهات العقلية الى تحديد درجة لمعتقدات كل فرد على حدة ، يهدف قياس الرأي العام الى الحصول على النمط الشائع لهذه المعتقدات في المحيط الذي يجري فيه هذا القياس .

كذلك تختلف مقاييس الاتجاهات عن استفتاءات الرأي العام ، بأن الاولى تحتوي عادة على عدد كبير من الوحدات المتدرجة ، في حين تحتوي الثانية على عدد اقل كثيراً وقد تصل الى سؤال واحد او جملة واحدة ، وغالباً مايهدف تعدد الاسئلة فيها الى حصر النواحي المختلفة والميادين المتعددة في موضوع المقاييس . وعلى ذلك تميل بحوث الرأي العام دائماً الى التبسيط من حيث الاجراءات وحساب النتائج . ففي حساب النتائج تستخدم عادة النسب المئوية ، فنقول مثلا نتيجة اجابة السؤال : ((هل توافق على تقييد الدخول الى الجامعة)) .
هي كما يأتي :

موافقون	٣٥٪
معارضون	٦٠٪
محايدون	٨٪
المجموع	١٠٠٪

ولعل هذا التبسط في ترجمة الحقائق النظرية (الاتجاهات الى ارقام لها دلالات احصائية يعتبر المرحلة العملية في استخدام المنهج الاحصائي في قياس اتجاهات الرأي العام بنوعيه : الداخلي والعالمي .

وان المادة التي يجري عليها القياس في بحوث الرأي العام هي : الهمس والشائعات والنكت والتعليقات والمقالات الصحفية والبرامج الاذاعية والتلفزيونية والافلام السينمائية والكتب والنشرات ... الخ ، وهي تعد من العوامل التي تعمل على تكوين اتجاهات الرأي العام الكامن والظاهر أي الموجود بالفعل ، الامر الذي يترتب عليه تعدد طرق قياس اتجاهات الرأي العام .

(١) « طريقة الاستفتاءات »
«Questinnaire Method»

الاستفتاء نوع من الاختبارات يستخدم في معرفة اتجاه الرأي العام حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، وهو عبارة عن مجموعة من الاسئلة مرتبة تبعاً لخطة معينة في ذهن الباحث تكشف عن عدد معين من الاتجاهات نحو مسألة معينة او حادث معين .

ويسلم الاستفتاء الى المستجوب Interviewee او يرسل اليه بالبريد او ينشر على صفحات الجرائد او على شاشة التلفزيون او عن طريق الاذاعة .. فيقوم بتسجيل اجابات عن الاسئلة ، ثم يعيده الى الجهة المشرفة على الاستفتاء . ويلاحظ انه كلما كان الاستفتاء دقيقاً توافرت له اسباب النجاح ودقة النتائج . لذلك كان على الباحث ان يقوم بتحديد المسألة او المشكلة موضوع الاستفتاء تحديداً وقتياً ، ثم يقوم باعداد استمارة استطلاع الرأي العام واسئلتها اعداداً جيداً ، لكي تكون الاجابة عليها مؤدية الى البيانات المطلوبة ، ثم تصميم « عينة » ممثلة للمجتمع الاصلي تمثيلا صحيحاً ، ثم دراسة مرحلة التنفيذ التي تشمل استفتاء البيانات من ميدان البحث ، ومراجعتها واختبار التماسك الداخلي للاستفتاء على شرح طريقة بتويب البيانات لتنضح طبيعتها ثم تفسير النتائج .

وفيما يلي المراحل التي يمر بها الاستفتاء .

(أ) الخطة العامة General plan

لايمكن لاي باحث ناجح أن يقوم بدراسة مشكلة ما ، دون ان يرسم خطتها العامة ، تلك الخطة التي يعيد تنفيذها على مراحل ، وهذه المراحل لاتكاد تختلف في شيء عن المراحل التي يتبعها الشخص العادي في تفكيره عندما تصادفه مشكلة من مشاكل الحياة اليومية ، فمثلا محاولة حل أية مشكلة او ايجاد تفسير لها يستلزم اساساً الاحساس بوجود هذه المشكلة ، فهو شرط اساسي لقيام أي بحث علمي ، مع تحديد الهدف من دراسة هذه المشكلة ، تم التحقق من امكان التنفيذ العلمي ، وأخيراً تحديد الهدف من دراسة هذه المشكلة ، ثم التحقق من امكان التنفيذ العملي وأخيراً تحديد وسيلة جمع بيانات هذه المشكلة .

(ب) تصميم استمارة الاستفتاء Designing Questionnaire

يعتبر تصميم استمارة الاستفتاء من اهم الامور في بحوث الرأي العام ، اذ أن صياغة اسئلة الاستمارة بحيث تستغرق وحداتها اهم معالم موضوع الاستفتاء ، يترتب عليها دقة النتائج المستخلصة . ومن الطبيعي أن تختلف صور هذه الاسئلة باختلاف المعاني التي تدور حولها . وتحتاج صياغة كل سؤال ليحمل المعنى المقصود منه الى خبرة وتدريب ، فكثيراً ما يقصد الباحث أن يضع السؤال في صيغة مقنعة بحيث يستطيع ان يستشف من الاجابة العادية اجابة لسؤال آخر يخفيه وراء السؤال الظاهر ، وعلى ذلك فإن اعداد استمارة الاستفتاء يجب ان تمر بالخطوات التالية : ـ

اولا : الدراسة الكشفية : Pilot Study : ـ

ينصح بعض الباحثين أن يتجه تكوين الاستمارة من الداخل الى الخارج ، فيبدأ الباحث بخبرته الخاصة ، ومن نتيجة اطلاعه على المصادر المختلفة المتعلقة بالمشكلة في تحديد الميادين التي تشملها هذه المشكلة ، ثم باستشارة الزملاء والاصدقاء في نواحي المشكلة ، وبذلك يتسنى له وضع قائمة للنواحي التي تمسها الاستمارة ، يتلو ذلك استشارة المختصين. والخبراء في ميدان المشكلة والميادين المرتبطة بها . ويفضل الكثيرون أيضاً أن يبدأ الباحث بعد قليل من الاسئلة المفتوحة Openand Questions يكتشف عن طريق اجاباتها الميادين التي يمسها البحث . وقد يحتاج الباحث لاكثر من دراسة كشفية يهدف كل منها الى ايضاح ناحية من نواحي الدراسة او تعديل وحدات الاستمارة تعديلا يضمن زيادة تحديد الالفاض والاساليب المستخدمة .

ثانيا : الجداول التخيلية : Ghost Tables

يرى البعض أن الدراسة الكشفية لتحديد اطار البحث ، قد لاتكفي وحدها لكي يهتدي بها الباحث في تصميم استمارة بحثه وصياغة الاسئلة اللازمة ، وانه مبالغة في زيادة الدقة في صياغة هذه الاسئلة يجب أن يعمل الباحث على أن يتخيل صورة النتائج الفعلية التي يطمع في الوصول اليها ، ويستوحي هذه النتائج من صياغة اسئلته ... ، بمعنى أن يستنبط صيغة السؤال من نوع البيان الذي يهتم بالحصول عليه . فاذا كان غرض الباحث يتحقق بالحصول في النهاية على عدد معين من الجداول وكان كل واحد من هذه الجداول يحتاج الى توجيه عدد معين

من الاسئلة ، كانت الاستمارة النهائية عبارة عن مجموع هذه الاسئلة بعد استبعاد ما يكون قد تكرر منها عفواً .

وتتجلى فائدة مثل هذه الجداول التخيلية لا في تحديد صيغة السؤال فحسب ، بل أيضاً في جعل احتمالات الاجابة في اضيق الحدود . هذا الى جانب انها تيسر عمليات التبويب فيما بعد ، اذ لاضرورة لحشد الاستمارة باسئلة يصعب تبويبها ، وهذا يساعد بلاشك على تركيز البحث وضغط تكاليفه .

ثالثاً : ــ تصميم الاستمارة النهائية :

بعد الاستعانة بالجداول التخيلية في تحديد نقاط البحث التي يلزم بها السؤال عنها في الاستمارة ودقة تحديد احتمالات الاجابة ، ينتقل الباحث الى تصميم الاستمارة تصميماً يجذب افراد العينة الى الاهتمام بالاجابة عليها ، مراعيا القواعد الاساسية التي يجدر اتباعها في تصميم الاستمارات والتي تتلخص فيما يلي : ــ

(١) البساطة وعدم التورية «Simplicity & unambiguity» وذلك حتى لايكون هناك مجال لاساءة فهم السؤال ، وحتى لاتكون الاجابة عليه غامضة لايمكن الاستفادة منها ، ومن ثم تصبح مضيعة للوقت والجهد والمال .

(٢) ــ ايضاح الاحتمالات الممكنة للاجابة وحصرها مع سردها بطريقة منطقية (مؤيد ــ معارض ــ محايد) ، ليسهل ترتيب الاجابات وجدولتها .

(٣) ــ الابتعاد عن الاسئلة الايحائية « Leading Questions» وهي التي تحمل في ثناياها الاجابة عليها .

(٤) ــ تحاشي الاسئلة التي تشتمل على وقائع شخصية او محرجة دون ان تكون هناك فرصة للمناقشة بين الباحث والمتحدث ، لشرح الهدف من هذه الاسئلة بنوع خاص واقناعه بالاجابة عنها اجابة صريحة .

(٥) ــ اضافة اسئلة للمراجعة «Checking Questions» بقصد ضمان صحة الاجابة على اسئلة اخرى .

(٦) ــ أن تتدرج الاسئلة بحيث يساعد تدرجها هذا على اثارة اهتمام المبحوثين وبحيث تنتقل من الاسئلة التي تسهل الاجابة عليها الى الاسئلة الاكثر تعقيداً ، كما يراعى ان تكون الاسئلة التي تتضمنها استمارات استطلاع الرأي العام قليلة العدد بقدر الامكان .

(٧) ــ ان يقوم الباحث بعد ذلك بوضع التعليمات الخاصة بملء استمارة الاستفتاء التي تعتبر بمثابة دليل أمام الباحث حتى يسترشد بها في اثناء جمعه المعلومات .

وملحق رقم (٢٧) يبين أستمارة أستبيان للتعرف على خصائص وعادات الجمهور في التعرض للتلفزيون[٥].

كذلك يمكن أستخدام نفس تسلسل الاسئلة ونفس الأسلوب في الأستمارة بالنسبة للبرامج الاذاعية مع الاخذ بنظر الاعتبار خصوصية البرامج الأذاعية.

(جـ) تصميم العينة «Designing Sample»

بعد الانتهاء من تصميم استمارة الاستفتاء واختيارها والتعليمات الخاصة بها، يمضي الباحث في اختيار العينة التي يجري عليها الاستفتاء، ويضطر الباحث. احياناً لاجراء مبحثه على عينة محدودة العدد، لاعلى المجتمع الاصلي بأكمله، تحاشياً لما يتكلفه من الوقت والجهد والمال، ويختار الباحث العينة اختياراً احصائياً صحيحاً، لكي يقترب من استنتاجه من الاصل الذي يهدف اليه من تحليله ومن قياسه.

اولا : الخطوات الاساسية لتصميم عينة : ـ

(١) ـ ضرورة تعريف وتحديد المجتمع الذي تريد معاينته، فاذا كنا نريد دراسة فينبغي ان نحدد مفردات العينة ونقرر: هل تتخذ الاسرة وحدة للعينة او الفرد، وهل نقتصر على طائفة معينة من السكان كالمشتركين في التلفزيون او اصحاب السيارات، او هل نعني فقط بأصحاب مهن وحرف معينة؟ هذه الحيرة تتحددعادة بتحديد الغرض من البحث اولا، ثم تعريف المجتمع بناء على هذا التحديد.

(٢) ـ ان تكون العينة ممثلة Representative، اي ان تتمثل فيها جميع صفات الاصل الذي اشتقت منه، ولاتتحقق هذه الفكرة الااذا تساوت احتمالات ظهور كل جزء من اجزاء ذلك الاصل في العينة المختارة حتى تصبح العينة صورة صادقة لذلك الاصل في جميع خواصها الاحصائية.

(٣) ـ ضرورة تحديد حجم العينة، فلا تكون كبيرة جداً، لان التكاليف ستكون عالية، وتتطلب مجهودات مضنية، ومن ناحية اخرى اذا استخدمنا عينة صغيرة فقد تقل دقة النتائج، غير انه وجد ان ابسط واسهل الطرق لزيادة الدقة (او تصغير خطأ المعاينة) هو زيادة حجم العينة، بمعنى انه اذا كبرت العينة (حجمها يزيد على ١٠٠) صغير هذا الخطأ، وزادت ثقتنا في النتيجة حيث ان خطأ المعاينة يتناسب عكسياً (تقريباً) مع الجذر التربيعي لعدد مفردات العينة.

ثانياً : اختيار طريقة المعاينة : ـ

يلجأ الباحث الى اختيار طريقة المعاينة التي تعطي النتائج ذات الدقة المطلوبة بأقل تكاليف ، او التي تعطي اقصى دقة بتكاليف محدودة ، وعادة ما يكون هناك عدة طرق للمعاينة يمكن تطبيقها في البحث نفسه ، الا انه يمكن اختيار التصميم المناسب عن طريق مقارنة الطرق المختلفة وكفاية كل منها . ولن يتيسر ذلك الا بدراسة الطرق الشائعة لاختيار العينات ، واهم صفاتها وحالات استخدامها والتي نوجزها فيما يلي :

(١) ـ الطريقة العشوائية : «Random Sample»

وهي التي يتم اختيارها على اساس عشوائي ، اي على اساس اعطاء فرص متكافئة لجميع مفردات المجتمع عند الاختيار ، ثم اختيار النسبة المطلوبة بعد ذلك .

(٢) ـ الطريقة الطبقية : «Stratified Sample»

من الثابت ان افراد اي مجتمع لا يمكن ان يكونوا متجانسين ، فغالبا ما يكون المجتمع مكونا من فئات مختلفة ، وفي هذه الحالة يلجأ الباحث الى اختيار عينة طبقية يعمل على ان تكون ممثلة للطبقات المختلفة في المجتمع الاصلي ، ويكون حجم الطبقة في هذه العينة متناسبا مع حجم الطبقة في المجتمع الاصلي ، ويتم اختيار العينة داخل كل طبقة على حده عشوائيا .

(٣) ـ طريقة الحصة «Quate Sample»

وهي اكثر العينات غير العشوائية استخداما في بحوث الرأي العام . ان المجتمع يقسم الى طبقات ، كما سبق شرحه في الطريقة الطبقية ، ثم نطلب من المقابلين اجراء المعاينة الى ان يحصلوا على الحصة Quata المطلوبة لكل طبقة وهنا لا نختار وحدات المعاينة عشوائيا ، ولكن المقابل يستخدم اية معلومات تجعله ينتهي من الحصة المطلوبة بسرعة . والغرض من هذه الطريقة استخدام مزايا التقسيم الى طبقات بدون تكاليف المعاينة العشوائية العالية .

(د) ــ تبويب البيانات : Tabulation of Data : ــ

بعد جمع بيانات الاستفتاء من افراد العينة ــ سواء اكان ذلك باستخدام طريقة الحصول على المعلومات بالبريد ام على صفحات الجرائد أم على شاشة التلفزيون او الاذاعة ام بواسطة المقابلين انفسهم ــ الذين يجب تدريبهم واعدادهم اعدادا فنيا خاصا . فأن الباحث يقوم بتبويب البيانات التي حصل عليها . ويهدف التبويب الى تلخيص النتائج في شكل جداول احصائية مبسطة مفهومة ، تنقل للباحث معنى نتائجه ، وتساعد القارىء على فهم مغزاها بسهولة .

ويلجأ الباحث عادة الى التبويب الالى في الابحاث الكبيرة باستخدام الالآت الاحصائية في التبويب لانها تساعد على انجاز العمل بسرعة فائقة .

(هـ) اعداد التقرير : ــ

بعد ان يقوم الباحث بعملية التبويب سواء اتبع في ذلك الطريقة اليدوية او الالية ، فانه يقوم بتحليل النتائج وتفسيرها . ويبدأ التقرير عادة من حيث بدأت المشكلة باختيارها وصياغتها . وينتهي الى حيث انتهت بالتحليل الاحصائي والتفسير النهائي ، اي انه بهذا المعنى يسجل خطوات البحث في تطورها خطوة تلو خطوة ليكون بذلك اقرب الى الموضوعية العلمية ، والتنظيم المنطقي المتناسق . ويشترط في لغة التقدير ان تكون واضحة موجزة وفي الموضوع . وغالبا ما ينتهي التقدير بملخص واضح عن المشكلة موضوع استطلاع الرأي العام ونتيجة بحثها ، ومدى قوة او ضعف هذه النتائج يقصد ابراز نقد الباحث لنفسه ، ثم يقوم بتوضيح المشاكل الجديدة التي اسفر عنها البحث خلال تطوره ومدى صلاحية هذه المشاكل للبحث . فهو بذلك يفتح افاقاً جديدة للبحث والدراسة .

« طريقة المسح »

تستخدم هذه الطريقة في مسح اتجاهات الرأي العام الظاهر والكامن التي تشغل اهتمام جماعة ما في فترة معينة ــ وتتم هذه العملية عن طريق مقابلات ومحادثات مع الناس وملاحظة سلوكهم ، وما يصدر عن وسائل الاعلام المختلفة من مواد لتعبر عن اتجاهات سائدة في المجتمع .. أي القيام بتجميع منظم للمعلومات بالالتجاء الى المقابلات والاحاديث العميقة والقدرة على اختيار العينات بدقة وتطبيق خطط

البحث التي تستدعى تشخيص المتغيرات الهامة وقياسها في أية مشكلة حتى يتسنى تقرير العلاقات بينها .

ولذلك فطريقة المسح تعد اشمل واعم من الاستفتاء ، اذ بينما يقتصر الاستفتاء على قياس اتجاهات الرأي العام الظاهر نحو مشكلة واحدة ، فإن طريقة المسح تتعرف على الاتجاهات الظاهرة والكامنة في أكثر من موضوع في جماعة ما في فترة معينة .. غير أنه لايجوز التقليل من شأن طريقة الاستفتاء باعتبارها أكثر دقة « وموضوعية » في النتائج التي تتوصل اليها .

متى تستخدم طريقة المسح ؟

تستخدم هذه الطريقة في الاحوال الاتية : ـ

(١) ـ في استطلاع الرأي العام الكامن الذي يعبر عنه في صورة دردشة Gossip او شائعات او نكت او اشارات Gesture او حركات عضلات الوجه Grimacc أو تعبيرات انفعالية Emotional Expression او عدم الاصغاء او الالتفات لموضوع معين او مقاطعته ، أو اي شكل آخر من اشكال السلوك يفهم منه ملاحظ الميدان Field Observer الاتجاه الذي يقصده الرأي العام من تأييد او معارضة لانه يقوم بترجمة هذه الحركات والاشارات الى الفاظ .

(٢) ـ في استطلاع الرأي العام الظاهر ، قد لايقصد الأمر على موضوع واحد كما يحدث بالنسبة للاستفتاء ، بل أن ملاحظ الميدان يمكنه في هذه الطريقة أن يسجل استجابات الرأي العام حول موضوعات متعددة في وقت واحد أي انه يقوم بعملية مسح للاتجاهات السائدة المختلفة في المجتمع الذي يقوم بملاحظته فترة معينة .

(٣) ـ في حالة رغبة رجل الاعلام والدعاية في معرفة مايسود المجتمع من اتجاهات ظاهرة وكامنة على وجه السرعة ، والتي لايمكن أن يحققها استخدام طريقة الاستفتاء السابقة ، باعتبار أن الاستفتاء كما سبق بيانه يحتاج الى تحديد للمشكلة وصياغة استمارة الاستفتاء وتصميم العينة وإعداد المقابلين ، وجمع المعلومات عن الميدان وبتوبيها وتحليل البيانات لاستخلاص النتائج منها مما يتطلب كثير من الوقت والجهد ، في حالة هذه الرغبة يتسنى لرجل الاعلام والدعاية أن يحاصر هذه الاتجاهات ويتحكم فيها فيوجهها الوجه التي يراها .

(٤) – في استخدام النتائج التي نحصل عليها بواسطة هذه الطريقة حول موضوع معين كدراسة استطلاعية pilot study لقياس اتجاهات الرأي العام بصورة أكثر دقة وموضوعية ، ينبغي اتباع الاساليب الموضوعية كطريقة الاستفتاء التي تحدد النسب المئوية للاتجاهات المؤيدة والمعارضة والمحايدة أو وقوفه موقف الحياد في هذا الموضوع ليتسنى – رسم سياسة التوجيه والاعلام على اساس علمي سليم .

وسيلة جمع الاتجاهات : –

إن عملية جمع الاتجاهات في طريقة المسح بوساطة مقابلات ومحادثات مع الناس وملاحظة سلوكهم وما يصدر عن مجتمعهم من مواد اعلامية تعبر عن الاتجاهات السائدة بينهم بما في ذلك مشاكلهم ومطالبهم الاجتماعية وكل ما يدور في اذهانهم .. ومن هذا يتضح ان هذه الطريقة تستغرق وسيلتي المقابلة والملاحظة معاً .

اولاً المقابلة : – «Intterview»

تستخدم المقابلة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات العامة والعلاقات الصناعية والتسويق .. الخ ولقد تطور فن المقابلة بتطور حركة القياس السيكولوجي واهتمامها بالتقنين تطوراً يقربها من أن تكون اداة موضوعية ، يمكن تصنيف البيانات التي تجمع عن طريقها ومعالجتها كمياً . ولقد كان لامتزاج هذين العاملين اثر بالغ في اكتساب المقابلة المرونة والموضوعية في الوقت نفسه .

والمقابلة كأداة لجمع المعلومات في بحوث الرأي العام تعنى التبادل اللفظي وجها لوجه بين القائم بالمقابلة ، وبين شخص آخر واشخاص آخرين وعن طريق هذا التبادل اللفظي يحاول القائم بالمقابلة الحصول من الشخص الآخر او من الاشخاص مشاكل او مطالب تشغل بال الرأي العام في الماضي او في الحاضر .

ثانياً : الملاحظة «Observation»

وتمتاز بأنها العماد الاساسي او الوحيد في جمع البيانات في انواع معينة من البحوث الاجتماعية والسيكولوجية التي يعتمد بعضها على ملاحظات المراقبين الخارجيين كما هو الحال في دراسة كيفية استجابة الاطفال في سن معينة مثلا لانواع معينة من المؤثرات. ويعتمد بعضها الذي يختص بدراسة احوال وتصرفات افراد مجتمع معين على ملاحظات مراقبين داخليين ، أي بعض افراد المجتمع موضوع الدراسة ، او من ينتحلون هذه الصفة ، كما هو الوضع في حالة الباحثين الذين يدخلون السجن ـ كمسجونين ـ لدراسة احوال المسجونين الاصليين وكذلك بالنسبة للمراقبين الذين بها يدون استطلاع الرأي العام في موضوعات معينة يخشى الافراد التحدث فيها .

وتزداد قيمة الملاحظة كطريقة من طرق البحث ، وخاصة في الحالات التي يزيد احتمال مقاومة الافراد لما يوجه لهم من اسئلة ، او عدم تعاونهم مع الباحث في اثناء المقابلة ، او في الاستجابة للاختبار . وهذه المقاومة من الامور المألوفة وخاصة اذا كان التساؤل يتناول اموراً خاصة لايحب الفرد أن يتحدث عنها ، اولا يطمئن الاطمئنان الكافي للتعبير عن رأيه فيها ، فيمتنع عن الاجابة ، أو يلجأ الى تحريفها .

اختيار ملاحظ الميدان «Field observer»

يتوقف نجاح طريقة المسح على اختيار ملاحظي الميدان وتدريبهم وطريقة توزيعهم وتحليل التقارير التي يكتبونها بالطرق الموضوعية كطريقة المضمون Content Analysis ان نتائج الطريقة تصل الى درجة كبيرة من الدقة لاتقل عن دقة طريقة الاستفتاء .

اعداد التقرير : ـ

ويأتي في نهاية الفترة المحددة لاجراء مسح الاتجاهات ، وتختلف هذه الفترة باختلاف اهمية الموضوعات وشدة الاتجاهات ازاء ها ، ويصير تجميع تقارير ملاحظي الميدان ثم تبويب هذه التقارير بحيث ينتهي الشكل النهائي للتقرير الى صورة توضح التعليقات التي دارت حول كل موضوع من الموضوعات التي شغلت لأي جماعة ماخلال هذه الفترة وما تردد من اشاعات ونكت ، او يدور في اذهان الرأي العام من شكاوي ومطالب ، ولاشك في ان هذا التقرير يؤدي الى معرفة

تامة دقيقة بالرأي العام الداخل واتجاهاته المختلفة ورغباته وحاجاته المتباينة ، وعلى اساس هذه المعرفة يمكن تنظيم برامج التوجية والارشاد بحيث توجه الى تلك الحاجات والرغبات التي يشعر بها الافراد ، وبحيث تعالج المشاكل الرئيسية التي شغلت بالهم ، سواء كانت هذه الاتجاهات بين جمهور المصنع او المؤسسة او المجتمع بصفة عامة .

(٣) طريقة تحليل المضمون content Analysis Method

وكما ان الوقوف على اتجاهات الرأي العام الداخلي يعتبر من الامور الهامة ، فأن معرفة الرأي العام العالمي لاتقل اهمية عن سابقتها ، اذ من الضروري ان تحاط الحكومة علما باراء واتجاهات الشعوب في الخارج ، ليتسنى لها رسم سياستها الخارجية تجاه هذه الشعوب بنجاح .. وعلى ذلك فانها تهتم بدراسة اتجاهات الرأي العام في جميع دول العالم ، وعلى ذلك فانها تهتم بدراسة اتجاهات الرأي العام في جميع دول العالم ، وعلى الاخص فيما يتعلق بسياستها ازاء الموضوعات والمشاكل المختلفة .

ولعل من الواضح انه لن يتيسر دراسة اتجاهات الرأي العام العالمية باستخدام طريقة الاستفتاء او طريقة المسح السابقتين ، ولذلك لجأ علماء الرأي العام الى معرفة اتجاهات الرأي العام العالمي نحو دولة ما ، بدراسة اتجاهات الصحف والمجلات والنشرات والكتب التي تصدر في الدول المختلفة ، وكذا برامج الاذاعة والتلفزيون التي تمس هذه الدولة ، باعتبار ان هذه المواد الاعلامية تعبر عن اتجاهات موجودة بالفعل ، او تعمل على تكوين اتجاهات جديدة ، فهي تأخذ من الرأي العام وتعطيه ، وتؤثر فيه وتتأثر به ، تقود الجمهور وتنقاد له ، توجه الحكومات وتتلقى توجيهاتها ، وهكذا .. وبذلك فان كل ما يصدر عن هذه الوسائل بمثابة تعبير عن اتجاهات الرأي العام في صورة مالا تصل في دقتها الى معرفة حقيقة الرأي العام . وعلى الرغم مما يحتسب لهذه الطريقة من عيوب ، فانها الى حد ما تعطى فكرة عن الرأي العام في بلد ما بخصوص مسألة تخص دولة اخرى باعتبار ان وسائل الاعلام ـ تتأثر بالرأي العام وتؤثر فيه وباعتبارها الوسيلة الاقرب الى الموضوعية ، وهي الوحيدة التي يمكن الالتجاء اليها في معرفة اتجاهات الرأي العام العالمي ازاء مشكلة معينة في وقت معين ، وكذلك تستخدم في الكشف عن بعض المفاهيم التي استقرت في دولة ما . وسنبين فيما يلي الطريقتين : ـ

أولاً : ـ قياس الرأي العام العالمي : ـ

لما كانت بحوث الرأي العام بنوعيها الداخلي والعالمي تهدف في النهاية الى ترجمة الاتجاهات النظرية الى ارقام لها دلالات احصائية ، اي ابرازها في صورة نسب مئوية توضح الاتجاهات المؤيدة والمعارضة والمحايدة ، لذلك فقد جرت معاهد الرأي العام العالمية على تجميع جميع المواد الاعلامية في بلد ما ، والتي تناولت موضوعا يخص دولة اخرى في فترة معينة ، ثم تحليلها بطريقة المضمون ، وهذه الطريقة عبارة عن تلخيص لكل وحدة اعلامية سواء كانت هذه الوحدة مقالا صحفيا ، او حديثا اذاعيا ، او برنامجا تلفزيونيا ... بحيث يبرز هذا التلخيص جميع الاراء والافكار Ideas . التي تضمنتها هذه الوحدة الاعلامية الى جانب روح المقال Spirit الذي يكشف عن الاتجاه الذي يغلب عليها (مؤيد ـ معارضة ـ محايدة) .

ثانيا : ـ الكشف عن المفاهيم : ـ

تحاول بعض الدول الكشف عن المفاهيم والاتجاهات السائدة في دولة اجنبية لا مكان التكهن بما قد يحدث من تغيرات في سياستها الداخلية او الخارجية عن طريق تحليل المواد الاعلامية التي تصدر عن وسائل هذه الدولة . والخلاصة ان اساليب تحليل المضمون تتعدد ، ويتوقف استخدام احداها على الاخرى على الاهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها .

((المصادر))

(١) د . نواف عدوان « بحوث المستمعين والمشاهدين في الوطن العربي ـ الواقع والافاق » مجلة البحوث العدد السابع ، مؤسسة الخليج للطباعة والنشر ، بغداد ، ١٩٨٢ .

(٢) محروس ، عبد المعز عبد الرحمن « المناهج والادوات المستخدمة في بحوث المستمعين والمشاهدين في ضوء التجارب العملية في المنطقة العربية » ، مجلة البحوث العدد السابع ، مؤسسة الخليج العربي للطباعة والنشر بغداد ، ١٩٨٢ .

(٣) نفس المصدر السابق .

(٤) فؤاددياب ، « الرأي العام وطرق قياسه » ، مطابع الدار القومية القاهرة ، ١٩٦٢ .

(٥) اتحاد اذاعات الدول العربية ، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين دراسات وترجمات ، « بحث عن خصائص وعادات الجمهور العربي في التعرض للتلفزيون » ، (العراق ، السودان ، المغرب ، الاردن ، الكويت) ، بغداد .

الملاحق

ملحق رقم (١)
«نموذج لدورة أذاعية للراديو»

اسم الاذاعة :

مخطط البرنامج العام للدورة البرنامجية الثالثة
لعام ١٩٩٠ الموافق الاول من تموز الى ٣٠ أيلول

٥,٢٠,٠٠	صفارة .
٥,٢٨,٠٠	أشارة الدار .
٥,٣٠,٠٠	١ ـ افتتاح الاذاعة .
	٢ ـ القرآن الكريم .
	٣ ـ كلمات من الرسول (ص) اعداد وتقديم محمد عبده .
	٤ ـ اغنية دينية او عزف منفرد .
٦,٠٠,٠٠	موجز الانباء .
٦,٠٥,٠٠	موسيقى واغاني الصباح يتخللها «مع المزارع» اعداد وتقديم فاروق احمد .
٦,٣٠,٠٠	مجلة الصباح اعداد وتقديم مديحة صبري .
٦,٤٥,٠٠	«صباح الخير» اعداد وتقديم زهراء الغنام .
٧,٠٠,٠٠	نشرة الاخبار الاولى .
٧,١٥,٠٠	«حديث الصحافة»
٧,٢٠,٠٠	«معزوفة وأغنية»
٧,٣٠,٠٠	مع «مجريات الاحداث» اعداد وتقديم نقولا حنا .
٧,٣٥,٠٠	اغنية
٧,٤٠,٠٠	«كلمات الصباح» تقديم سامية علي ومتولي مراد وعصمت عبدالحميد .
٨,٠٠,٠٠	موجز الانباء .
٨,٠٥,٠٠	«الاذاعة في خدمتك» يتضمن المواطن والقانون اعداد وتقديم عبدالله الزغبي .
٨,٣٠,٠٠	من الاغاني الشعبية .
٩,٠٠,٠٠	عالم الاسرة ـ اعداد وتقديم صفاء الاديب .
٩,٢٠,٠٠	اناشيد وأغاني للاطفال .
٩,٢٩,٠٠	فصل الوجبات .

الوقت	البرنامج	ملاحظات
٩,٣٠,٠٠	الاذاعة المدرسية	ماعدا يوم الجمعة ، دنيا الاطفال
٩,٤٥,٠٠	منوعات .	اعداد وتقديم سميحة صابر
١٠,٠٠,٠٠	موجز الانباء	
١٠,٠٥,٠٠	عرض البرامج	
١٠,٠٨,٠٠	طبق اليوم	
١٠,١٠,٠٠	منوعات	
١٠,٣٠,٠٠	مسلسل للاطفال	
١٠,٤٥,٠٠	السبت : « مشوار »	
	الاحد : « من كل كتاب فكرة »	ماعدا الجمعة
	الاثنين : « هوايات »	صلاة الجمعة
	الثلاثاء : « مجلة الزهور »	منقولة من
	الاربعاء : « منوعات عربية »	مسجد الحسين
	الخميس : « مع مفكر عربي »	بالقاهرة
	الجمعة : « صلاة الجمعة »	
١١,٤٩,٠٠	فصل الموجات	
١١,٥٠,٠٠	فترة الظهيرة وتشمل ابتهالات دينية	
١١,٥٧,٠٠	اذان الظهيرة .	
١٢,٠٠,٠٠	موجز النشرة .	
١٢,٠٥,٠٠	مع الاغاني العربية .	
١٢,٣٠,٠٠	السبت : « مجلة الثقافة »	
	الاحد : « الفلاسفة »	
	الاثنين : « المجلة الريفية »	
	الثلاثاء : « اعلام عربية »	اعادة
	الاربعاء : « طريق النجاح »	
	الخميس : « في رحاب الجامعة »	
	الجمعة : « مع احدى المحافظات »	

وهكذا تسير عملية وضع البرنامج حتى نهاية الارسال اليومي

الوقت	البرنامج
٢٣,٠٠,٠٠	نشرة الاخبار الخامسة .
٢٣,١٠,٠٠	شريط الانباء ـ ماعدا الجمعة من أغاني محمد عبدالوهاب القديمة
٢٣,٢٥,٠٠	اختتام البرامج بالقران الكريم
٢٣,٣٠,٠٠	انتهاء البرامج .

ملحق رقم (٢)

« توزيع ساعات البث الأسبوعية »

التسلسل البرامج	الساعات الأسبوعية	النسبة المئوية الأسبوعية
١ ــ المنوعات	٣٨,٠٠	١٧,١ ٪
٢ ــ الأخبار والبرامج الاخبارية	١٨,٠٠	١٢,٩ ٪
٣ ــ البرامج الدينية والتلاوات	٥,٠٠	٣,٦ ٪
٤ ــ البرامج الثقافية	١٤,٠٠	١٠,٠ ٪
٥ ــ البرامج الموجهة والخاصة	١٣,٠٠	٩,٣ ٪
موجهة « ٦٣٠ »		
زراعية « ٢,٢٠ »		
تنموية « ١,١٥ »		
تدريبية « ٣,٠٠ »		
٦ ــ المسلسلات	١٧,٠٠	١٢,١ ٪
٧ ــ الموسيقى والغناء	٣٥,٠٠	٢٥,٠ ٪
	المجموع ١٤٠	١٠٠ ٪

ملحق رقم (٣)

أسماء ومدة البرامج المختلفة التي ستذاع أثناء الدورة وعدد مرات تكرار أذاعتها

أسم البرنامج	مدته (بالدقائق)	تكراره
البرامج المنوعة :		
١ ـ صباح الخير	١٥	يومي
٢ ـ كلمات الصباح	٢٠	يومي
٣ ـ الأذاعة في خدمتك	٥٥	يومي
٤ ـ رسائل شوقي	١٠	يومي ماعدا الجمعة
٥ ـ نافذة على العالم	١٥	يومي ماعدا الجمعة
٦ ـ مايطلبه المستمعون	٤٥	يومي
٧ ـ لقاء الظهيرة	٤٥	يومي ماعدا الجمعة
٨ ـ ستوديو المسابقات	٣٠	أسبوعي
٩ ـ رحلة المستمعين	٣٠	أسبوعي
١٠ ـ شراع النغم	٣٠	أسبوعي
١١ ـ هواة وراء الميكروفون	٣٠	مرة كل اسبوعين
١٢ ـ فنانون حول الميكروفون	٣٠	مرة كل أسبوعين
١٣ ـ قطوف ملونة	٣٠	أسبوعي
١٤ ـ قرأت وسمعت	٣٠	أسبوعي
١٥ ـ من قاموس الحياة	٢٩	أسبوعي
١٦ ـ تذكرة سفر	٢٩	أسبوعي
١٧ ـ من الفن المعاصر الاسلامي ، القبطي	٢٩	أسبوعي
١٨ ـ من كل بحر قطرة	٢٩	اسبوعي ويعاد
١٩ ـ مجلة العمال	٤٥	اسبوعي ويعاد
٢٠ ـ ابناؤنا في الخارج	٤٥	اسبوعي ويعاد
٢١ ـ مشوار	٤٥	اسبوعي ويعاد
٢٢ ـ كلمات في الليل	١٥	يومي
٢٣ ـ مايطلبه العرب	٣٠	ثلاث مرات أسبوعياً
٢٤ ـ صوت وفنان	١٥	أسبوعي
٢٥ ـ عرض البرامج	١٠	مرتان يومياً

وهكذا حتى تبلغ عدد ساعات أرسال برامج المنوعات ٣٨ ساعة في الأسبوع

البرامج الأخبارية والسياسية :

١ ـ حديث الصحافة	١٠	يومي
٢ ـ شريط الأنباء	١٥	يومي ماعدا الجمعة
٣ ـ أحداث في الأخبار	١٥	اسبوعي
٤ ـ أقوال الصحف العربية	١٠	ثلاث مرات أسبوعياً
١٠ ـ اضواء على الانباء		ثلاث مرات اسبوعياً
٦ ـ اسماء في الأخبار	١٠	أسبوعي
٧ ـ بريد الأخبار	١٥	أسبوعي
٨ ـ بلدان وأحداث	١٠	أسبوعي
٩ ـ حديث اليوم	١٥	يومي ماعدا الخميس والجمعة

وهكذا حتى تصل البرامج الاخبارية والسياسية ١٨ ساعة أسبوعياً

البرامج الثقافية :

١ ـ قاموس الصباح	١٥	يومي
٢ ـ الفن والحياة	١٥	أسبوعي
٣ ـ الحديث الثقافي	١٥	أسبوعي
٤ ـ الشريط الثقافي	١٥	أسبوعي
٥ ـ كل العلوم	١٥	أسبوعي
٦ ـ هذا الكتاب	١٥	أسبوعي
٧ ـ قالت العرب	١٥	أسبوعي
٨ ـ ألحان من بلدي	١٥	أسبوعي
٩ ـ مذاهب مسرحية	٢٥	أسبوعي
١٠ ـ هوايات	١٥	أسبوعي ويعاد
١١ ـ أعلام من مصر	٣٠	أسبوعي ويعاد
١٢ ـ الأغاني للأصفهاني	٣٠	أسبوعي ويعاد
١٣ ـ أسماء لاتنسى	٣٠	أسبوعي
١٤ ـ أعرف بلدك	٣٠	أسبوعي
١٥ ـ افلام واعدة	٣٠	أسبوعي
١٦ ـ مصر تأريخ وحضارة	٣٠	اسبوعي
١٧ ـ صفحات من الفكر العربي	٣٠	أسبوعي ويعاد

١٨ ـ أساطير عربية	١٥	أسبوعي ويعاد
١٩ ـ لقاء الأسبوع	١٥	أسبوعي ويعاد
٢٠ ـ دروب مضيئة	١٥	أسبوعي ويعاد
٢١ ـ شعر وغناء	٣٠	أسبوعي ويعاد
٢٢ ـ مجلة الثقافة	٣٠	أسبوعي ويعاد
٢٣ ـ ربوع بلادي	١٥	أسبوعي
٢٤ ـ عندي فكرة	٣٠	أسبوعي
٢٥ ـ جبل الذهب	١٥	أسبوعي

وهكذا حتى تبلغ عدد ساعات أرسال البرامج الثقافية ١٤ ساعة أسبوعياً .

البرامج الموجهة :

١ ـ عالم الأسرة	٢٠	يومي ماعدا الأحد
٢ ـ الطفل	٢٠	أسبوعي
٣ ـ رأي القانون	١٥	أسبوعي
٤ ـ النور والأمل	١٥	اسبوعي
٥ ـ عالم الرياضة	١٥	أسبوعي
٦ ـ مجلة الشرطة	١٥	أسبوعي
٧ ـ أخي السائق	٣٠	أسبوعي
٨ ـ صدى اللاعب	١٥	يومي
٩ ـ تلوث البيئة ـ النظافة من الأيمان	١٠	يومي
١٠ ـ العمل عبادة	١٥	يومي

وهكذا حتى تبلغ عدد ساعات أرسال البرامج الموجهة ٦،٣٠ ساعة أسبوعياً

البرامج الريفية والزراعية :

١ ـ مع المزارع	٥	يومي
٢ ـ الأرض الطيبة	١٥	أسبوعي
٣ ـ ليالي الريف	١٥	أربع مرات أسبوعياً
٤ ـ أدب الريف	١٥	أسبوعي
٥ ـ كان ياماكان	١٥	أسبوعي

البرامج التنموية :

١ ـ ركن التعاون	١٥	أسبوعي
٢ ـ المجالس المحلية	١٥	أسبوعي
٣ ـ التقرير الأقتصادي	١٥	أسبوعي
٤ ـ سيرة البناء	١٥	أسبوعي
٥ ـ العمل والعمال	١٥	أسبوعي

ويتم على هذا النمط وضع البرامج التدريبية بمعدل ٣ ساعات وبرامج المسلسلات بمعدل ١٧ ساعة والبرامج الموسيقية والغنائية بمعدل ٣٥ ساعة أسبوعياً .

ملحق رقم (٤)

«يوميات البرنامج للراديو»

أسم الأذاعة : ....
مقرها : ....
الصفحة : ....
اليوم : .... التأريخ : ....

بدء البرنامج	أنتهاء البرنامج	المادة	المنتج	المصدر	رقم الشريط	المذيع والمدير الفني المسؤول
		١ ـ فترة الصباح				
٥,٢٠,٠٠	٥,٢٨,٠٠	الصفارة				
٥,٢٨,٠٠	٥,٣٠,٠٠	أشارة المحطة	حافظ			
٥,٣٠,٠٠		١ ـ افتتاح الأذاعة		شريط	ق ٧٤٩ م	
		٢ ـ القرآن الكريم الشيخ عبدالصمد ماتيسر من سورة النساء				
		٣ ـ كلمات من أقوال الرسول اعداد وتقديم مصطفى عيده				
	٦,٠٠,٠٠	٤ ـ أبتهالات دينية للشيخ محمد		شريط	م ١٠٧٢ ص	
		موجز الأنباء	حافظ			
٦,٠٠,٠٠	٦,٠٥,٠٠	مجلة الصباح	أعداد زهراء وتقديم زهراء الغنام			
٦,٠٥,٠٠		١ ـ موسيقى ياصلاة الزين ـ لفرقة الأذاعة		شريط	٨١٢٢٠ ص	
		٢ ـ مع المزارع أعداد مازن عوض		شريط	م ٦٢ ص	
		٣ ـ ياأسكندرية ـ سمير الأسكندراني		شريط	١٧٧/ع/٣.١	
		٤ ـ النشرة الجوية		شريط	م ٣٥٢ ص	

	أعداد وتقديم	
	سامي شريف	
	٥ ـ مع طفلك	شريط م٦٥ـ١م
	زينب الحكيم	
	٦ـ غنى الهوى ـ	شريط م ٢ ص
	الثلاثي المرح	
٦،٣٠،٠٠	٧ ـ حاله الطرق زهراء	
	والمرور ـ محمد فوزي	

ملاحظات عامة : مسيرة الفترة ملاحظات عامة : هندسة

وهكذا تسير عملية وضع البرنامج اليومي حتى نهاية الأرسال على صفحات متتالية .

ملحق رقم (٥)
دورة اذاعة بغداد/ ١/ ١/ ١٩٨٠ ـ لغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠

النسبة المئوية للبرامج

القسم	معدل البث اليومي	البث الاسبوعي	النسبة المئوية
السياسية	٨٥٧١/ ٧٢	٥١٠ دق	٥,٩٨٪
النشرات والمواجيز	١٣٠	٩١٠	١٠,٦٦٪
الثقافية	٢٨٥٧/ ٤٩	٣٤٥ دق	٤,٠٣٪
التنمية	١٤٧٨/ ٨٧	٦١٠ دق	٧,١٤٪
المنوعات	٨٥٧١/ ٢٤٧	١٧٣٥	٢٠,٣٢٪
الريفية	٥٧١٤/ ٦٨	٤٨٠	٥,٦٢٪
التمثيليات	٢٨٥٧/ ٧٤	٥٢٠ دق	٦,٠٩٪
البث المباشر	٤٢٨٥/ ٥١	٣٦٠ دق	٤,٢١٪
الفترة الدينية	٦٠	٤٢٠ دق	٤,٩٢٪
الاغاني والموسيقى	٥٧١٧/ ٣٧٨	٢٦٥٠ دق	٣١,٠٣٪
المجموع	١٢٢٠	٨٥٤٠	١٠٠/٠٠٠٪

البث اليومي	٢٠ ساعة ٣٣ دق	
البث الاسبوعي	١٤٢ ساعة	٣٣ دق

الدورة الاذاعية المبتدئة		من : ١ ــ ١ ــ ١٩٨١
قسم	ملحق رقم (٦)	الى : ٣٠ ــ ٦ ــ ١٩٨١

برنامج	المعد	الوقت دقيقة

اليوم و الساعة	الخلاصـــــة	المخرج

النسبة المئوية للبرامج

القسم	معدل البث اليومي	البث الاسبوعي	النسبة المئوية
السياسية	٨٥٧/ ٩٧ د ق	٦٨٥ د ق	٨٦/ ٧٪
النشرات والمواجيز	١٣٠ د ق	٩١٠ =	٤٤/ ١٠٪
الثقافية	٢٨٥/ ٥٤ دق	٣٨٠=	٣٦/ ٤٪
التنمية	٢٨٥/ ٦٩ د ق	٤٨٥ د ق	٥٦/ ٥٪
المنوعات	٥٧١/ ١٠٦٣ دق	١٤٥ د ق	١٣/ ١٣٪
الريفية	٧١٤/ ٥٥	٣٩٠ د ق	٤٧/ ٤٪
التمثيليات	١٤٢/ ٤٢ د ق	٢٩٥ د ق	٣٤/ ٣٪
البث المباشر	٤٢٨/ ٥١ د ق	٣٦٠ د ق	١٣/ ٤٪
الفترة الدينية	٦٠ د ق	٤٢٠ د ق	٨٩/ ٤٪
الاغان والموسيقى	٧١٨/ ٥٢٠ د ق	٣٦٤٥ د ق	٨٢/ ٤١٪
المجموع	١٢٤٥ د ق	٨٧١٥ د ق	٠/ ١٠٠
البث اليومي	٢٠ ساعة	٤٥ د ق	
البث الاسبوعي	١٤٥ ساعة	١٥ دق	

الدورة الاذاعية المبتدئة	من : ١١/ ١/ ١٩٨٢
قسم ملحق رقم (٧)	الى : ٣٠/ ٦/ ١٩٨٢

برنامج	المعد	الوقت دقيقة
اليوم و الساعة		المخرج

النسبة المئوية

اسم القسم	معدل البث اليومي	معدل البث الاسبوعي	النسبة
١ ـ القسم السياسي	١٠٥ د ق	٧٣٥ د ق	٨,٤٣٣٪
٢ ـ القسم الثقافي	٦٩,٢٨٥ د ق	٤٨٥ د ق	٥,٥٦٥٪
٣ ـ قسم التنمية	٥٤,٢٨٥ د ق	٣٨٠ د ق	٤,٣٦٠٪
٤ ـ قسم الاطفال	٣٠ د ق	٢١٠ د ق	٢,٤٠٩٪
٥ ـ التمثيليات	٢٤,٢٨ د ق	١٧٠ د ق	١,٩٥٠٪
٦ ـ القسم الريفي	٥٥,٧٢٤ د ق	٣٩٠ د ق	٤,٤٧٥٪
٧ ـ البث المباشر	٥١,٤٢ د ق	٣٦٠ د ق	٤,١٣٠٪
٨ ـ النشرات والمواجيز	١٤٠ د ق	٩٨٠ د ق	١١,٢٤٤٪
٩ ـ الفترة الدينية	٦٠ د ق	٤٢٠ د ق	٤,٨١٩٪
١٠ ـ قسم المنوعات	٢٦٣ /٥٧١	١٨٤٥ د ق	٢١,١٧٠٪
١١ ـ الموسيقى والغناء	٣٩١,٤٤٥	٢٧٤٠ د ق	٣١,٤٤٠٪
معدل البث اليومي	١٢٤٥ د . ق	٨٧١٥ د . ق	١٠٠,٠٠٠٪

معدل البث اليومي ١٢٤٥ د ق = ٢٠ ساعة + ٤٥ دق

معدل البث الاسبوعي ٨٧١٥ د ق = ١٤٥ ساعة + ١٥ دق

ملحق رقم (٨)

فترة اذاعة بغداد ١/ ١/ ١٩٨٠ ولغاية ٢٠/ ٦/ ١٩٨٠

برامج القسم السياسي — البرامج اليومية

اسم البرنامج	مدته	موعد اذاعته	الملاحظـــات
جريدة الساعة الرابعة	٢٠ دق	=/ ٤ مساء	سياسي وتثقيفي شامل يتضمن اهم التطورات والاحداث العربية والعالمية من خلال متابعة الاخبار وتقديم التقارير السياسية والاقتصادية ونقل تقارير المراسلين ومتابعات الصحف من الخارج ويتضمن الزوايا التالية ١ ـ كلمة العدد ٢ ـ موجز الجريدة ٣ـ مع المراسلين ٤ ـ خبر وتحليل ٥ ـ تقرير او رأي ٦ ـ اخبار الغد ٧ ـ اخبار منوعة ثقافية ـ رياضية ـ فنون ـ طرائف ـ
الفترة السياسية	٤٥ د ق عدا الجمعة ٣٠ دق	ـ/ ٩ ليلا	يتضمن تقارير وتعليقات على اخر التطورات والاحداث العربية والدولية والاقتصادية بالعرض والتحليل اضافة الى اقوال الصحف العربية والاجنبية وتقارير صوتية لمراسلينا في باريس وبيروت وبرلين ولقاءات مختلفة في المناسبات الوطنية والقومية .
أخي العربي	٥ دق	١٠/ ١٠ ليلا	برنامج يومي يطرح بصراحة ووضوح موقف العراق القومي في مجمل قضايا الامة العربية المطروحة على الساحة . ويفضح المواقف الخيانية المتخاذلة لنظام السادات والانظمة المتخاذلة الاخرى ..
حتى التحرير	٥ د ق	٤٥/ ١٠ ليلا	يتابع اخر تطورات القضية الفلسطينية من جميع جوانبها ..

تخطيط برامج الاذاعة ص ١٧٩ أسماء

دورة أذاعة بغداد ١/ ١/ ١٩٨٠ ـ ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠

القسم الثقافي اسم البرنامج	البرامج اليومية مدته	موعد اذاعته	الملاحظـــــات
الحديث الديني	٥ د ق	١٠/ ٦ صباحا	
كتابات خالدة	١٠ د ق	ـ/ ٨ صباحا	اغناء المستمع بالمعرفة التراثية مع التحليل والتعقيب عليها ومحاولة مزج حضارة الماضي بثقافة الحاضر ..
اوراق الليل	١٠ د ق	٥٠/ ١ ب م ل	تقديم النصوص الشعرية والنثرية الرقيقة مع مصاحبة الموسيقى الخفيفة لها ..
البرامج الاسبوعية			
اصوات جديدة	١٥ د ق	١٠/ ٧ مساء السبت	عرض وتحليل وتقويم النصوص الادبية التي ترد الى البرنامج من الادباء الشباب وتوجيههم نحو الابداع والعطاء ..
القصة القصيرة	١٥ د ق	٢٠/ ١١ مساء السبت	شرح للقصة مع تحليلها وتقديم موجز قصير بالكاتب وتاريخ حياته مع تقديم نص للقصة
الثقافة في العالم	١٥ د ق	٣٠/ ٨ مساء الاحد	تقديم اخبار الادب العالمي وظواهره الثقافية مع التحليل من خلال وجهة النظر التي تتلاءم ونظرتنا السياسية ..
شخصيات ثقافية	٢٠ د ق	٣٠/ ١١ مساء الاثنين	محاورة احد المفكرين او المثقفين البارزين في الساحة الادبية والثقافية .

ـ ٢ ـ تابع الثقافية

اسم البرنامج	الوقت	موعد اذاعته	الملاحظات
بين الماضي والحاضر	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء الثلاثاء	يطرح قضية او سياسية او اجتماعية او اقتصادية يبين من خلال التحليل تطورها في الحاضر ، وكيفية بدايتها في الماضي . ويجري البرنامج حوار مع احد المعنيين في كل ظاهرة حسب الأختصاص .
البرنامج العلمي	١٥ دق	١٠/ ٨ مساء الثلاثاء	تعريف المستمع بالانجازات العلمية في القطر العراقي والوطن العربي والعالم مع اخر اخبار العلم الحديث ..
وله الميكرفون	١٥	٢٠/ ٧ مساء الاربعاء	الاتصال بادباء المحافظات وتطوير قابلياتهم وانشطتهم الثقافية المختلفة ..
حديث الاربعاء	١٠ دق	١٠/ ١١ مساء الاربعاء	تنمية الوعي الثقافي من خلال طرحه لقضية ثقافية او فكرية .
شاعر وديوان	١٥ دق	١٠/ ١١ مساء الخميس	تقديم مجموعة شعرية للمستمع ، بالتحليل والدراسة مع تفسير للمنهج الشعري للشاعر عبر حياته ..
فاق في الثقافة	٢٥ دق	٢٠/ ٧ مساء الجمعة	تقديم مجموعة من النصوص الادبية التحليلية او الابداعية ، شعر ورأي دراسة ، متابعات في الثقافة القومية ..

دورة أذاعة بغداد ١/ ١/ ١٩٨٠ لغاية ١٠/ ٦/ ١٩٨٠

برامج قسم التنمية / البرامج اليومية

اسم البرنامج	وقته	موعد اذاعته	الملاحظات
طريق السلامة	١٠ دق	١٠/ ٨ عدا الجمعة	تقديم ظاهرة معينة اليه مع تقديم ارشادات مرورية ولقاءات قصيرة بصوت المسؤولين في المرور وعرض بعض المشاكل او الشكاوي التي ترد للبرنامج امام المسؤولين وعرض سريع للتطور الحاصل بخصوص خطط المرور .
دنيا الاسرة	٢٠ دق عدا الجمعة ٣٠ دق	٢٠/ ٩ صباحاً	يهدف البرنامج الى نشر الوعي الثقافي والسياسي والصحي للأسرة ويحوي البرنامج على خاطرة ، لقاءات مع ربات البيوت والباحثات الاجتماعية وزاوية مذكرات زوج ، ولقاءات مع الدارسات في محو الامية ولقاء مع طبيب ولقاءات اخرى متنوعة) .
العلم نور	١٠ دق	١٥/ ١٢ ظهراً عدا الجمعة	تسليط الضوء على سير الحملة الوطنية الشاملة لمحو الامية وابراز الظواهر السلبية للأمية مع لقاءات مع الدراسات والدارسين الحاضرين في مراكز محو الامية ..
عالم الاطفال	٢٥ دق	ـ/ ٥ مساء عدا الجمعة ٢٠/ ٨ صباحاً	بث الروح الوطنية والقومية وتقديم المواقف المبدأية للحزب القائد باسلوب مبسط وتقديم المعلومات التاريخية والجغرافية والسياسية والفنية وتشجيع الهوايات المختلفة في الموسيقى والغناء ..

ـ ٢ ـ تابع التنمية

البرامج الاسبوعية اسم البرنامج	وقتة	موعد اذاعته	الملاحظات
حماة الوطن	٢٠ دق	١٠/ ٤ مساء السبت	يتضمن على كلمة العدد ثم تحقيقات اذاعية ومفاهيم عسكرية مع تبسيط لبعض المصطلحات العسكرية . ثم زاوية اسئلة وردود ، وزاوية طلبات وزاوية مواهب ، ثم مسامع تمثيلية هادفة وطرائف .
عطاء المسيرة	١٥ دق	١٠/ ٤ مساء الاحد	البرنامج يبرز تهمية المشاريع والانجازات التي تقوم بها الثورة من خلال اللقاءات المباشرة مع المسؤولين عن تلك المشاريع ..
مجلة الطلبة والشباب	١٥ دق	١٠/ ٧ مساء الاحد	البرنامج يبرز نشاطات الطلبة والشباب ، وطرح مشاكلهم عن طريق البرنامج واللقاء بالمسؤلين للاجابة عليها . ثم جولة في مراكز الشباب .
ازهار واطياف	١٠ دق	٥٠/ ١ ١ صباح الاثنين	موجة للاطفال دون سن (٦ سنوات) يهدف البرنامج الى بث الروح الوطنية والقومية وتعريف الطفل بمبادئ الحزب بصورة مبسطة وتعويده على العادات الحسنة كحب الاسرة والنظافة والاستيقاظ المبكر والنوم المبكر بالاضافة الى اذاعة الاغان الشعبية الخاصة بالاطفال ..
النفط والتنمية	١٥ دق	١٠/ ٨ مساء الاثنين	يتضمن كلمة البرنامج ، اهم حدث نفطي محلي او عربي او عالمي ، لقاءات قصيرة مع المسوؤلين والعاملين في النفط . زاوية لتفسير بعض المصطلحات النفطية ، وابراز دور العراق في استغلال النفط لصالح خطط التنمية والنفط كسلاح من اجل القضية العربية .
التخطيط وآفاق المستقبل	١٥ دق	٣٠/ ٤ مساء الثلاثاء	تتضمن على اهم مسألة تتدارسها ورارة التخطيط ثم القاء الضوء على مشاريع التنمية المزمع تنفيذها وتوضيح مردوداتها وأهميتها واهدافها ضمن خطط المستقبل ..

ـ ١ ـ تابع التنمية

اسم البرنامج	وقته	موعد اذاعته	الملاحظات
عالم الرياضة	١٥ دق	١٠/ ٤ مساء الاربعاء	يتضمن البرنامج ١ ـ العمل على الارتفاع بمستوى الرياضة ٢ ـ تعريف المواطن على ابرز الاحداث الرياضية ٣ ـ عقد اللقاءات والندوات مع الشباب الموهوبين والاحداث الناشئين . ٤ ـ اجراء المقابلات مع الضيوف العرب والاصدقاء الوافدين للفرق الرياضية ٥ ـ حلقة شهرية خاصة تستعرض فيها ابرز المنجزات المتحققة على الصعيد الرياضي ..
مجلة العمال	١٥ دق	١٠/ ٤ مساء الخميس	يتضمن البرنامج المواد التالية كلمة البرنامج) استشهاد باقوال الرئيس القائد صدام حسين ، اخبار العمال رسائل وردود وزاوية ما يطلبه العمال ، وحلقة خاصة في كل شهر على شكل جولة في احدى المؤسسات الانتاجية ، مسمع تمثيلي)
المجلة الصحية	١٥ دق	١٠/ ٧ مساء الخميس	يتضمن المواد التالية (التغذية وفوائدها ، لقاء مع طبيب مختص ، زاوية مسابقات البرنامج ، ارشادات صحية ، وحلقة خاصة كل شهر على شكل جولة في احدى المؤسسات الصحية))

ـ ٤ ـ تابع التنمية

اسم البرنامج	وقته	موعد اذاعته	الملاحظات
بصراحة	١٥ دق	١١ صباحاً الجمعة	مهمة البرنامج هي حلقة الوصل بين المواطن والمسؤول عن الشكوى سواء كانت (الماء ، الكهرباء ـ المعدات الاجهزة الدقيقة ، امانه العاصمة ، النقل .. الخ) والتي لها مساس مباشر مع المواطن ويلتقي البرنامج مع المسؤولين مباشرة لايجاد الحل لتلك الشكوى او الاسئلة .
صوت المرأة	١٥ دق	ـ/ ٥ مساء الجمعة	يتضمن البرنامج نشاطات الاتحاد العام لنساء العراق في كل محافظات القطر بالاضافة الى جولات ولقاءات مباشرة داخل شعب الاتحاد ..

دورة أذاعة بغداد ١/ ١/ ١٩٨٠ لغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠

برامج قسم المنوعات/ البرنامج اليومية

اسم البرنامج	مدته	موعد اذاعته	الملاحظات
الفترة الصباحية	٢٥ دق	٣٥/ ٦ صباحاً	
	٤٠ دق	٢٠/ ٧ صباحاً	
	٢٠ دق	١٠/ ٨ صباحاً	
نقدم لكم هذا المساء	١٥/ دق	ـ/ ١٢ ظهراً عدا الجمعة	استعراض البرامج الاذاعية وتعريف المستمعين ببرامج الاذاعة اليومية
طلبات المستمعين	٥٠ دق	١٠/ ١ ظهراً	تلبية طلبات المستمعين من الاغاني العراقية والعربية التي يرومون الاستاع اليها عدا الجمعة ١٥/ ١٠

برامج الاسبوعية

اسم البرنامج	مدته	موعد اذاعته	الملاحظات
اصوات لاتنسى	١٠ دق	٢٠/ ٣ مساء السبت	تعريف المستمع بالمطوبين القدامى من العراقيين وكذلك اغانيهم النادرة
بوابة الشرق	١٥ دق	٢٠/ ٨ مساء السبت	تعريف المستمعين بالانجازات السياحية وارشادهم الى اماكن السياحة وشرح موجز لبعض الاثار..
من الحان الشعوب	٥٠ دق	-/ ١ ب م ل السبت	تلبية حاجات أكبر عدد ممكن من متذوقي الموسيقى مع شرح لبعض المفاهيم الموسيقية السائدة لدى الشعوب الاخرى

٢ ـ تابع ـ المنوعات

اسم البرنامج	الوقت	موعد اذاعته	الملاحظات
اخبار سينمية	١٥ دق	٣٠/ ٣ مساء الاحد	تقديم اخر الاخبار السينمية في القطر والوطن العربي والعالم ..
تراثيات	١٥ دق	١٠/ ١١ مساء الاحد	اعطاء المستمعين بعض الجوانب القديمة من التراث والفلكلور العراقي والعربي القديم ويحتوي على بعض التسجيلات مع اصحاب المهن القديمة ..
بين الاذاعة والمستمعين	١٥ دق	٣٣٠ مساء الاثنين	تلبية رغبات المستمعين الغنائية وفيا يجول بخاطرهم من اسئلة واستفسارات فنية
مجلة الفنون	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء الاثنين	يعكس صورة مبسطة عن الحركة الفنية في القطر وتطورها الفني ..
سهرة الاثنين	٥٠ دق	ـ / يوم الاثنين	
اسرة الشفاء	١٥ دق	٣٠/ ٣ مساء الثلاثاء	يتوجه الى كافة المستمعين الذين لديهم مرضى وساعهم لاهله وذويه ..
حكاية واغنية	١٥ دق	٣٠/ ٣ مساء الاربعاء	تعريف المستمع بالاغنية القديمة وتاريخها مع تحليل موجز لها ..
نادي الصداقة	١٥ دق	٣٠/ ٨ مساء الاربعاء	يوثق علاقة المستمع ببرامج الاذاعة وموادها ..
بلا عنوان	١٥ دق	٣٠/ ٢ مساء الخميس	التنبيه على الاخطاء ومراعاة تلافيها في الحياة اليومية ..

ـ ٣ ـ تابع قسم المنوعات

اسم البرنامج	وقته	موعد اذاعته	الملاحظات
المقام العراقي	٣٠ دق	٨/٣٠ مساء الخميس	تعريف المستمع بالتراث العراقي من مقامات وتعريفه بسلم المقام واصول الاداء واشهر المطربين القدامى .
سهرة مع فنان	٥٠ دق	ـ/ ١ يوم الخميس	
من الذاكرة	٦٠ دق	ـ/١٢ ظهراً يوم الجمعة وتعاد في ١٢/٥٠ يوم الاحد	توجيه الذوق الفني لدى المستمع ورفدهم بالمعلومات الفنية القديمة
كوكتيل	٦٠ دق	١٥/ ١ظهراً الجمعة وتعاد في الساعة ١٢/٥٠ يوم الثلاثاء	دفع المستمع لمتابعة الاذاعة من خلال تقديم بعض الفقرات المنوعة التي تعتمد المادة الاذاعية اساساً لها ..
مواهب	٣٠ دق	٤/٣٠ مساء الجمعة	تشجيع القدرات الفنية ورعايتها عبر البرنامج ..
رحلة مع الالحان	٣٠ دق	٩/٣٠ مساء الجمعة	تعريف المستمع بنماذج موسيقية غنائية نادرة وتعريفه ببعض الالات الموسيقية وبأنماط الموسيقي والغناء والغناء في الوطن العربي
الاغاني الاجنبية	٤٥ دق	١١/١٥ مساء الجمعة	يتوجه الى راغبي الاغاني الاجنبية ..

دورة اذاعة بغداد

١/١/ ١٩٨٠ ـ ١٠/ ٦/ ١٩٨٠

برامج القسم الريفي/ البرامج اليومية

اسم البرنامج	مدته	موعد اذاعته	الملاحظات
الريف الجديد	١٥ دق	١٢/٣٠ ظهراً عدا الجمعة	يعتمد هذا البرنامج في تقديم الارشاد الزراعي بشقيه النباتي والحيواني واجراء اللقاءات مع المرشدين والتعاونيين الزراعيين ومسؤولي الدوائر الزراعية ومواكبة الحركة الزراعية في القطر.
الفترة الريفية	٦٠ دق	٣٠/ ٦ مساء عدا الجمعة	يتضمن الزوايا التالية ١ ـ الافتتاحية ٢ ـ حديث ابو سعدون ٣ ـ رسائل المستمعين ٤ ـ جريدة الفلاح ٥ ـ سؤال وجواب ٦ ـ زيارة ٧ ـ الصحة الريفية ٨ ـ المرأة الريفية ٩ ـ العلم والزراعة ١٠ ـ التمثيلية الريفية ١١ ـ ريف البادية

البرامج الاسبوعية

اسم البرنامج	مدته	موعد اذاعته	الملاحظات
الوان من الريف	٣٠ دق	٣٠/ ٦ مساء الجمعة	يتضمن الحكاية والطرفة والمسمع التمثيلي والمقابلة الفنية والمطاردة الشعرية ونقل صور عن الريف تحكي التقاليد والعادات التي تنسجم مع الواقع الحضاري للريف ..

دورة اذاعة بغداد ١/ ١/ ١٩٨٠ ـ ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠
قسم التمثيليات/ البرامج اليومية

أسم البرنامج	مدته	موعد اذاعته	الملاحظات
لنمد الجسور	١٠ دق	ـ/ ٢ ظهرا عدا الجمعة ١٥/ ٧ ظهرا	تقديم حادثة او شخصية او حدث من التاريخ العربي وربطها بالحاضر
الارض ان حكت	١٥ ـ ٢٠ د ق	ـ/ ١١ ليلا وتعاد في ٣٠/ ١١ صباحا	يبرز الفكر القومي للرسالة الاسلامية وتعريف المستمع بمواقف وبطولات وصور مختلفة من تاريخ الهجرة النبوية والى عصرنا الحاضر
المسلسل الشعبي	١٥ دق	ـ/ ٣ ظهرا	مشكلة اجتماعية او قصة اجتماعية حدثت تعد بشكل درامي وباللهجة الشعبية الدارجة
المسلسل اليومي (بالفصحى)	١٥ دق	٢٠/ ١٢ ب م ل	يهدف الى تسليط الاضواء على مختلف الاحداث وهذه الاحداث من الادب العربي العربي او الادب العالمي ..
البرامج الاسبوعية اليكم ايها الاصدقاء	١٥ دق	ـ/ ١٠ صباحا الجمعة	يتناول العلاقات الاجتماعية والعلاقات الانتاجية ويسلط الضوء على الفردية والانانية والتقصير وعدم الشعور بالمسؤولية . ومضارها على الفرد والمجتمع
التمثيلية القصيرة	١٥ دق	٢٠/ ٣ مساء الجمعة	تسليط الضوء على بعض الاشكالات والظواهر الاجتماعية ومعالجتها باسلوب تمثيلي خفيف .

اسم البرنامج	وقته	موعد اذاعته	الملاحظات
تمثيلية للسهرة	٢٥ دق ـ ٣٠ دق	٣٠/ ١٢ ب م ل يذاع بين عمل واخر « من المسلسل بالفصحى »	// تسليط الضوء على بعد الاحداث العالمية من خلال اعداد بعض القصص من الادب العالمي والعربي ..

ملحق رقم (٩) دورة أذاعة بغداد

١/ ١/ ١٩٨٠ ـ ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠

	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٥٥/ ٥	الافتتاح بالسلام الجمهوري						
ـ/ ٦	القرآن الكريم						
٣٠/ ٦	الحديث الديني						
٣٥/ ٦	الفترة الصباحية						
ـ/ ٧	نشرة الاخبار الاولى						
	ثم جريدة الصباح						
٢٠/ ٧	الفترة الصباحية						
ـ/ ٨	كتابات خالدة						
١٠/ ٨	الفترة الصباحية						
٣٠/ ٨	طريق السلامة						
٤٠/ ٨	انغام الصباح						
٣٠/ ٨	طريق السلامة						عالم الأطفال
٤٠/ ٨	انغام الصباح						عالم الأطفال
٥٥/ ٨	انغام الصباح						اغنية
ـ/ ٩	موجز الانباء						
٠٥/ ٩	اغان						
١٥/ ٩	المسلسل الشعبي						
٣٠/ ٩	دنيا الاسرة						دنيا الأسرة
٥٠/ ٩	اغان						دنيا الاسرة

	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
ـ/ ١٠	البث المباشر						اليكم ايها الاصدقاء
١٥/ ١٠	البث المباشر						طلبات المستمعين
ـ/ ١١	اغان						بصراحة
١٥/ ١١	نشرة العملات						اغان
٢٠/ ١١	اغان						
٣٠/ ١١	مسلسل الارض ان حكمت						
٤٥/ ١١	اغان						
٥٠/ ١١	اغان	ازهار واطيار	اغان	اغان	اغان	اغان	اغان
×××	تنويه الموجات رقم (١)						
ـ/ ١٢	نقدم لكم هذا المساء						من الذاكرة
١٥/ ١٢	العلم نور						من الذاكرة
٢٨/ ١٢	اغان						من الذاكرة
٣٠/ ١٢	الريف الجديد						من الذاكرة
٤٥/ ١٢	اغان						من الذاكرة
ـ/ ١	نشرة البيانات	والاعلانات	الرسمية				اغان
١٠/ ١	طلبات المستمعين						اغان
١٥/ ١	طلبات المستمعين					كوكتيل	

	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٢ /ـ	لنمد الجسور						كوكتيل تابع
٢ /١٠	اغان						كوكتيل تابع
٢ /١٥	اغان						لنمد الجسور
٢ /٣٠	نشرة الاخبار الثانية						
٢ /٥٠	موسيقى واغنية						
٣ /ـ	حياة فنان						
٣ /١٥	قطرات من بحر						اغان
٣ /٢٥	اغنية						اغان
٣ /٣٠	اصوات لاتنسى	اخبار سينمية	بين الاذاعة والمستمعين	اسرة الشفاء	حكاية واغنية	بلا عنوان	التمثيلية القصيرة
٣ /٤٥	اصوات لاتنسى	اغان	اغان	اغان	اغان	اغان	اغان
٤ /ـ	جريدة الساعة الرابعة						
٤ /٢٠	غناء						
٤ /٣٠	حماة الوطن	عطاء المسيرة	اغان	التخطيط وافاق المستقبل	عالم الرياضة	مجلة العمل	مواهب
٤ /٤٥	حماة الوطن	غناء	اغان	اغان	اغان	اغان	مواهب
٤ /٥٠	اغان	غناء	اغان	اغان	اغان	اغان	مواهب
٥ /ـ	عالم الاطفال						صوت المرأة
٥ /١٥	عالم الاطفال						اغان

	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٥ /٢٥	موسيقى وتقاسيم						موسيقى وتقاسيم
٥ /٣٠	القرآن الكريم						
٦ /-	نشرة الاخبار الثالثة						
٦ /٢٠	موسيقى واغنية						
٦ /٣٠	الفترة الريفية						الوان من الريف
٧ /-	الفترة الريفية						اغان
٧ /٣٠	اصوات جديدة	مجلة الطلبة	مجلة الفنون	بين الماضي	جولة الميكرفون	المجلة الصحية	آفاق في الثقافة
٧ /٤٥	اغان	والشباب		والحاضر			آفاق في الثقافة
٨ /-	نشرة الاخبار الرابعة						
٨ /٢٠	موسيقى واغنية						
٨ /٣٠	بوابة الشرق	الثقافة في العالم	النفط والتنمية	البرنامج العلمي	نادي الصداقة	المقام العراقي	اغان
٨ /٤٥	اغان					المقام العراقي	اغان
٩ /-	الفترة السياسية						
٩ /٣٠	الفترة السياسية						
٩ /٤٠	اغان						رحلة مع الالحان
١٠ /-	نشرة الاخبار الخامسة						
١٠ /١٠	موسيقى واغنية						
١٠ /٣٠	اخي العربي						
١٠ /٣٥	موسيقى واغنية						
١٠ /٤٥	حق التحرير						

	السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
١٠ /٥٠	اغان						
١١ /ــ	الارض ان حكمت						
١١ /١٥	اغان						
١١ /٣٠	القصة القصيرة	تراثيات	شخصيات	اغان ثقافية المقامات	حديث الاربعاء	شاعر وديوان	الاغان الاجنبية
١١ /٤٥	اغان	اغان	شخصيات	اغان ثقافية المقامات	اغان	اغان	الاغان الاجنبية
× × تنويه الموجات رقم (٢)							
١٢ /ــ	نشرة الاخبار السادسة						
١٢ /١٥	موسيقى واغان						
١٢ /٣٠	المسلسل بالفصحى	تمثيلية السهرة					
١٢ /٤٥	اغان	اغنية	اغنية	اغنية	سهرة غنائية	اغان	اغان لأم كلثوم
١٢ /٥٠	اغان	من الذاكرة اعادة	اغنية	كوكتيل (اعادة)	سهرة غنائية	اغان	اغان لأم كلثوم
١ /ــ	من الحان الشعوب	اعادة	سهرة الاثنين	كوكتيل (اعادة)	سهرة غنائية	سهرة فنان	اغان لأم كلثوم
١ /٥٠	اوراق الليل						
٢ /ــ	عرض الانباء الاخير الختام بالسلام الجمهوري						

ملحق رقم (١٠)

دورة اذعة بغداد

١/ ١/ ١٩٨٠ — ٣٠/ ٦/ ١٩٨٠

البرنامج اليومية	وقته	موعد اذاعته		القسم
الحديث الديني	٥ دق	٣٠/ ٦	صباحاً	الثقافية
جريدة الصباح	٥ دق	١٥/ ٧	صباحاً	المذيعون
كتابات خالدة	ـ/ ١٠ دق	ـ/ ٨	صباحاً	الثقافية
طريق السلامة	ـ/ ١٠ دق	٣٠/ ٨	صباحاً عدا الجمعة	التنمية
المسلسل الشعبي	١٥ دق	١٥/ ٩	صباحاً	التمثيليات
دنيا الاسرة	٢٠ دق	٣٠/ ٦	صباحاً عدا الجمعة	البث المباشر
نقدم لكم هذا المساء	١٥ دق	ـ/ ١٢	ظهراً عدا الجمعة	المنوعات
العلم نور	١٠ دق	١٥/ ١٢	ظهراً عدا الجمعة	التنمية
الريف الجديد	١٥ دق	٣٠/ ١٢	ظهراً عدا الجمعة	الريفية
طلبات المستمعين	٥٠ دق عدا الجمعة ٤٥	١٠/ ١	ظهراً عدا الجمعة	المنوعات
لنمد الجسور	١٠ دق	ـ/ ٢	ظهراً	التمثيليات
قطرات من بحر	١٠ دق	١٥/ ٣	مساء عدا الجمعة	الثقافية
حياة فنان	١٥ دق	ـ/ ٣	مساء	المنوعات
جريدة الساعة الرابعة	٢٠ دق	ـ/ ٤	مساء	السياسية
عالم الاطفال	٢٥ دق	ـ/ ٥	مساء عدا الجمعة ٣٠/ ٨	التنمية
الفترة الريفية	٦٠ دق	٣٠/ ٦	مساء عدا الجمعة	الريفية
الفترة السياسية	٤٥ دق عدا الجمعة ٣٠ دق	ـ/ ٦	مساء	السياسية
اخي العربي	ـ/ ٥ دق	٣٠/ ١٠	مساء	السياسية
حق التحرير	ـ/ ٥ د ق	٤٥/ ١٠	مساء	السياسية
الارض ان حكمت	١٥ ـ ٢٠ دق	٢٠/ ١١	مساء وتعاد في الساعة	التمثيليات
المسلسل بالفصحى	١٥ دق	٣٠/ ١٢	من صباح اليوم التالي	
اوراق الليل	١٠ دق	٥٠/ ١	ب م ل	الثقافية

دورة اذاعة بغداد

١/ ١/ ١٩٨٠ — ٢٠/ ٦/ ١٩٨٠

البرامج الاسبوعية

السبت	الوقت	موعد اذاعته		انقسم
اصوات لاتنسى	٣٠ دق	٣٠/ ٣	مساء	المنوعات
حماة الوطن	٢٠ دق	٣٠/ ٤	مساء	التنمية
اصوات جديدة	١٥ دق	٣٠/ ٧	مساء	الثقافية
بوابة الشرق	١٥ دق	٣٠/ ٨	مساء	المنوعات
القصة القصيرة	١٥ دق	٣٠/ ١١	مساء	الثقافية
الحان الشعوب	٥٠ دق	—/ ١	ب ، م . ل	المنوعات

الأحد				
أخبار سينمية	١٥ دق	٣٠/ ٣	مساء	منوعات
عطاء المسيرة	١٥ دق	٣٠/ ٤	مساء	تنمية
مجلة الطلبة والشباب	١٥ دق	٣٠/ ٧	مساء	تنمية
الثقافة في العالم	١٥ دق	٣٠/ ٨	مساء	الثقافية
تراثيات	١٥ دق	٣٠/ ١١	مساء	المنوعات
من الذاكرة	((اعادة)) ٦٠ دق	٥٠/ ١٢	ليلاً	المنوعات

الاثنين				
بين الاذاعة والمستمعين	١٥ دق	٣٠/ ٣	مساء	المنوعات
مجلة فنون	١٥ دق	٣٠/ ٧	مساء	المنوعات
النفط والتنمية	١٥ دق	٣٠/ ٨	مساء	التنمية
شخصيات ثقافية	٣٠/ دق	٣٠/ ١١	مساء	الثقافية
سهرة الاثنين	٥٠ دق	—/ ١	ب م ل	المنوعات

الثلاثاء				
سرة الشفاء	١٥ دق	٣٠/ ٣	مساء	المنوعات
التخطيط وآفاق المستقبل بين الماضي والحاضر	١٥ دق	٣٠/ ٤	مساء	الثقافية
البرنامج العلمي	١٥ دق	٣٠/ ٨	مساء	الثقافية
كوكتيل (اعادة)	٦٠ دق	٥٠/ ١٢	ب م ل	المنوعات

تابع البرامج الاسبوعية

الاربعاء	الوقت	موعد اذاعته		القسم
حكاية واغنية	١٥ دق	٣٠/ ٣	مساء	المنوعات
عالم الرياضة	١٥ دق	٣٠/ ٤	مساء	التنمية
جولة الميكرفون	١٥ دق	٣٠/ ٧	مساء	الثقافية
نادي الصداقة	١٥ دق	٣٠/ ٨	مساء	المنوعات
حديث الاربعاء	١٠ دق	٣٠/ ١١	مساء	الثقافية

الخميس

بلاعنوان	١٥ دق	٣٠/ ٣	مساء	المنوعات
مجلة العمال	١٥ دق	٣٠/ ٤	مساء	التنمية
المجلة الصحية	١٥ دق	٣٠/ ٧	مساء	التنمية
المقام العراقي	٣٠ دق	٣٠/ ٨	مساء	المنوعات
شاعر وديوان	١٥ دق	٣٠/ ١١	مساء	الثقافية
سهرة مع فنان	٥٠ دق	ـ/ ١	ب م ل	المنوعات

الجمعة

عالم الاطفال	٢٥ دق	١٠/ ٨	صباحاً	التنمية
دنيا الاسرة	٣٠ دق	٣٠/ ٦	صباحاً	التنمية
اليكم ايها الاصدقاء	١٥ دق	ـ/ ١٠	صباحاً	التمثيليات
طلبات المستمعين	٤٥ دق	١٥/ ١٠	صباحاً	المنوعات
بصراحة	١٥ دق	ـ/ ١١	صباحاً	التنمية
مع الذاكرة	٦٠ دق	ـ/ ١٢	ظهراً	المنوعات
كوكتيل	٦٠ دق	١٥/ ١	ظهراً	المنوعات
لنمد الجسور	١٠ دق	١٥/ ٢	ظهراً	التمثيليات
حياة فنان	١٥ دق	ـ/ ٣	مساء	المنوعات
التمثيلية القصيرة	١٥ دق	٣٠/ ٣	مساء	التمثيليات
جريدة الساعة الرابعة	٢٠ دق	ـ/ ٤	مساء	السياسية
مواهب	٣٠ دق	٣٠/ ٤	مساء	المنوعات
صوت المرأة	١٥ دق	ـ/ ٥	مساء	التنمية
الوان من الريف	٣٠ دق	٣٠/ ٦	مساء	الريفية
آفاق في الثقافة	٢٥ دق	٣٠/ ٧	مساء	الثقافية
رحلة مع الابحاث	٣٠ دق	٣٠/ ٩	مساء	المنوعات

ملحق رقم (١١)

دورة برامج أذاعة بغداد ابتداء من ١/ ١/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٤ /٥٥	افتتاح الاذاعة بالسلام الجمهوري						
٥ /ـ	القران الكريم						
٥ /٣٠	الحديث الديني						
٥ /٣٥	من هدى الرحمن						
٦ /ـ	الفترة الصباحية الاولى صباح الخير						
٧ /ـ	نشرة الاخبارة الاولى ثم جريدة الصباح						
٧ /٢٠	اغنية						
٧ /٣٠	طريق السلامة لحظات طائر						
٧ /٤٠	تكملة للفترة الصباحية الاولى						
٨ /ـ	كتابات خالدة						
٨ /٣٠							عالم الاطفال
٨ /١٠	نوافذ الصباح				اغان		



الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
ـ / ٩	موجـــــز الانبـــــاء						
٥ / ٩	تكملـــــة لبرنامـــج نوافـــذ الصبـــاح						اغنية
١٠ / ٩							قف وانتبه
٢٥ / ٩							اغنيـــة
٣٠ /	دنيــــــا الاســــــرة						
٥٠ / ٩	اغـــــــان						
ـ / ١٠	البـــث المباشـــــر			لقاء مع فنان			
٤٥ / ١٠							اغان
ـ / ١١	صوت المرأة	المجلة الصحية	تمثيلية الاطفال	سلامتك	اغان	مرحبا يآطفال	حذار من اليأس
١٥ / ١١	اغـــــان وموسيقـــــى						
٣٠ / ١١	الـــــريف الجـــديد			من الذاكرة			
٤٥ / ١١	اغــــان وموسيقــــى						
xxxx	ســـلامتك في العمـــــل						

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
ـ/ ١٢	طلبـــات المستمعيـــن						
١٢ / ٤٥	علوم المستقبل	اغان	العراق الصناعي	صوت الدفاع المدني	مجلة العمال	بين الاذاعة والمستمعين بصراحة	
ـ/ ١	نشـرة البيانـات والاعـلانات الرسميـة						
١ / ١٠	اغـــان						
١ / ١٥	مسلسل يومي						
١ / ٣٠	اصوات لاتنسى	مجلة الطلبة والشباب	محو الامية	اغان	نادي الصداقة	الشرطة في خدمة الشعب	عراقنا الرياضي
١ / ٤٥		اغان	اغان		اغان	اغان	
ـ/ ٢	عـالم الاطفـال			اغان			
٢ / ١٠	اغـنية						
٢ / ٣٠	نشـرة الاخبـار الاولـى						
	انشـودة						
xxxx	مـوسيقـى غربـى						
	اغنيـة						

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٣ /ـ	الفترة						العسكرية
٥ /ـ	جريدة						اليوم
٥ /٢٠	اغنية						
xxx	تقاسيم						
٥ /٣٠	القرآن						الكريم
xxxx	تقاسيم						
٦ /ـ	نشرة			الاخبار			الثالثة
	انشودة						
xxxx	مقطع	من		خطاب		السيد	الرئيس
	انشودة						وطنية
٦ /٣٠	الفترة	الريفية		مجلة فنون			الوان شعبية
٦ /٥٠	اغان						
٧ /ـ	اغان	وموسيقى				اغان	وموسيقى
٧ /١٠				البرنامج العلمي			

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٧ / ٣٠	عطاء المسيرة	حذار من اليأس	مفاخر من تراثنا العلمي	اغان	اصوات جديدة	اغان	سؤال وجواب
٧ / ٤٥	اغان وموسيقى						
٨ / ـ	نشرة الاخبار الرابعة						
	انشودة وطنية						
×××	مقطع من خطاب السيد الرئيس						
	انشودة وطنية						
٨ / ٣٠	الشعر ديوان العرب						
٨ / ٤٠	اغنية						
٨ / ٤٥	الفترة السياسية						
٩ / ١٥	اغان						
٩ / ٣٠	نادي الاذاعة						
١٠ / ـ	نشرة الاخبار الخامسة						
	انشودة وطنية						

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
XXXX	مقطع من خطاب السيد الرئيس						
	انشودة وطنية						
١٠/٣٠	حق التحرير						
١٠/٤٥	من اغاني فيروز						
	حديث ابو تحرير						
	موسيقى واغنية						
١١/-	حوار في الثقافة	القصة القصيرة	نافذة على الصحافة	المقام العراقي	اغان	ناقد وقصيدة	العرض الثقافي
١١/١٠			اغان				
١١/٣٠	برنامج نظام دمشق (حقائق ومؤشرات)						
١١/-	اغان وموسيقى						
١٢/-	نشرة الاخبار السادسة						
١٢/١٠	اغان وموسيقى						
١٢/٣٠	مسلسل						
١٢/٤٥	اغان وموسيقى						
١/-	دارمي		سهرة مع المقاتلين		اقبل الليل	سهرة الليلة	
١/٥٠	اوراق الليل						
٢/-	عرض الانباء الاخير فالختام بالسلام الجمهوري						

ملحق رقم (١٢)

دورة البرامج اليومي لاذاعة بغداد والمبتدأ من ١/ ١/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥

قسم السياسية

البرامج اليومية :	مدته	البرامج الاسبوعية	١٥ دق
١ ـ الفترة العسكرية	١٢٠ دقيقة	١ ـ الصحافة في اسبوع	١٥ دق
٢ ـ جريدة اليوم	٢٠ دقيقة		
٣ ـ الفترة السياسية	٤٥ دقيقة		
٤ ـ حق التحرير	٥ دقائق		
٥ ـ حديث ابو تحرير	٥ دقائق		
٦ اـ نظام دمشق (حقائق ومؤشرات)	٥ ـ ١٠ دقيقة		

قسم التنمية

البرامج اليومية		البرامج الاسبوعية	
١ ـ طريق السلامة	١٠ دقائق ماعدا الجمعة	١ ـ صوت المرأة	١٥ دق
٢ ـ دنيا الاسرة	٢٠ دقيقة	٢ ـ عطاء المسيرة	١٥ دق
		٣ ـ المجلة الصحية	١٥ دق
		٤ ـ مجلة الطلبة والشباب	١٥ دق
		٥ ـ العراق الصناعي	١٥ دق
		٦ ـ محو الامية	١٥ دق
		٧ ـ صوت الدفاع المدني	١٥ دق

دورة البرامج اليوميه والاسبوعية لاذاعة بغداد والمبتدا من ١/ ١/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥

قسم التنمية

البرامج الاسبوعية

٨ ـ عراقنا الرياضي ٣٠ دق
٩ ـ مجلة العمال ١٥/ ٥ دق
١٠ ـ الشرطة في خدمة الشعب ١٥ دق
١١ ـ قف وانتبه ٢٠ دق
١٢ ـ بصراحة ١٥ دق

القسم الثقافي

البرامج اليومية

١ ـ الحديث الديني ٥ دق
٢ ـ كتابات خالدة ١٠ دقائق
٣ ـ الشعر ديوان العرب ١٠ دقائق
٤ ـ اوراق الليل ١٠ دقائق

البرامج الاسبوعية

١ ـ حوار في الثقافة
٢ ـ القصة القصيرة
٣ ـ اصوات جديدة
٤ ـ ناقد وقصيدة
٥ ـ العرض الثقافي

القسم العلمي

البرامج اليومية

١ ـ سلامتك في العمل

البرامج الاسبوعية

١ ـ علوم المستقبل
٢ ـ مفاخر من تراثنا العلمي

دورة البرامج اليومية والاسبوعية لاذاعة بغداد والمبتدأ من ١/ ١/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥

٣ ــ البرنامج العلمي ١٥ دق
٤ ــ سؤال وجواب ١٥ دق

قسم المنوعات

البرامج اليومية

١ ــ من هدى الرحمن ٢٥ دقيقة
٢ ــ الفترة الصباحية الاولى ٨٠ دق
٣ ــ نوافذ الصباح ٧٥ دق
٤ ــ طلبات المستمعين ٤٥ دق
٥ ــ نادي الاذاعة ٣٠ دقيقة

البرامج الاسبوعية

١ ــ اصوات لاتنسى ٣٠ دق
٢ ــ سهرة (برنامج دارمي) ٦٠ دق
٣ ــ بين الاذاعة والمستمعين ٢٠ دق
٤ ــ المقام العراقي ٢٠ دق
٥ ــ اقبل الليل ٦٠ دق
٦ ــ نادي الصداقة ١٥ دق
٧ ــ مجلة فنون ٢٠ دق
٨ ــ صباح الخير ٦٠ دق
٩ ــ استراحة الجمعة ٦٠ دق
١٠ ــ لقاء مع فنان ٤٥ دق
١١ ــ من الذاكرة ٦٠ دق
١٢ ــ سهرة الليلة ٥٠ دق

دورة البرامج اليومية والاسبوعية والمبتدأ من ١/ ١/ ١٩٨٥ ولغاية ٣٠/ ٦/ ١٩٨٥

القسم الريفي

البرامج اليومية		البرامج الاسبوعية	
١ ـ الريف الجديد	١٥ دق عدا الجمعة	١ ـ الوان شعبية	٣٠ دق
٢ ـ الفترة الريفية	٣٠ دق عدا الجمعة		

قسم الاطفال

١ ـ عالم الاطفال	٢٠ دق	١ ـ تمثيلية الاطفال	١٥ دق
		٢ ـ مرحباً ياالطفال	١٥ دق

قسم التمثيليات

١ ـ مسلسل للظهيرة	١٥ دق	١ ـ حذار من اليأس	
٢ ـ مسلسل بعد منتصف الليل	١٥ دق		

قسم البث المباشر

١ ـ البث المباشر	٦٠ دق ماعدا الجمعة

دائرة الاذاعات العامة
مديرية البرامج الاذاعية
قسم التنسيق

ملحق رقم (١٣)

دورة برامج اذاعة بغداد
النصف الثاني لسنة ١٩٨٧

* * * *

وزارة الثقافة والاعلام — الدورة الاذاعية لعام ١٩٨٧
دائرة الاذاعة — اذاعة بغداد

الوقت	السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
٥/٢٥	الافتتاح بالسلام الجمهوري						
٥/٣٠	القرآن الكريم						
٦/١٥	الفترة الدينية الصباحية						
٦/٣٠	برنامج مع الصباح	برنامج مع الصباح	برنامج مع الصباح	برنامج مع الصباح	برنامج مع الصباح	برنامج مع الصباح	برنامج صباح الخير
٧/–	نشرة الاخبار الاولى						
٧/٣٠	جريدة الصباح						
٨/–	كتابات خالدة ونوافذ الصباح						صباح الخير
٩/–	حديقة العلوم	عالم الموسيقى	مرحبا يا اطفال	الطلائع في المسيرة	طريق السلامة	حديقة العلوم	عالم الاطفال
٩/٣٠	دنيا الاسرة						صحة وقائية نادي الاذاعة
١٠/–	موجز الانباء وفترة البث المباشر						اذاعة المحافظات
١٠/٣٠							عراقنا الرياضي الطب والرياضة
١١/–	نادي الاذاعة						
١١/٣٠							برنامج من الذاكرة
١٢/–	اصوات لاتنسى	الطليعة والشباب	ملامح في العمل	صوت المرأة	اصوات لاتنسى	صوت الفلاح	
	المرشد الزراعي						
١٢/٣٠	اخبار العلوم	الطبيعة والحياة	البرنامج العلمي	شعاع الاكتشاف	المبدعون	علوم المستقبل	مناهل عربية
	البرنامج اللغوي						الفترة الدينية
١/–	موجز الانباء – الاعلانات الرسمية						
١/٣٠	صحة وقائية	المجلة الصحية	الشرطة في خدمة الشعب	تحقيقات اذاعية	القانون والمجتمع	ضفاف الفن	من المكتبة الصوتية
٢/–	مناهل عربية						
٢/٣٠	نشرة الاخبار الثانية						
٣/–	برنامج القوات المسلحة						
٥/–	شريط الانباء						مغنون من بلادي
٥/٣٠	القرآن الكريم						
٦/–	نشرة الاخبار الثالثة						
٦/٣٠	من اقوال قادسية صدام	البرنامج الزراعي	الطب والرياضة	من البادية	من اقوال قادسية صدام	فنون	من التراث الشعبي
٧/–	جريدة اليوم						
٧/٣٠	الطبيعة والحياة	البرنامج العلمي	شعاع الاكتشاف	المبدعون	علوم المستقبل	اخبار العلوم	القانون والمجتمع
٨/–	نشرة الاخبار الرابعة						
٨/٣٠	آفاق النقد	في رحاب القصيدة	حكايا عربية	اصوات شابة	نافذة ثائرة	سؤال وجواب	العرض الثقافي
٩/–	نادي الاذاعة						مع ام كلثوم
١٠/–	نشرة الاخبار الخامسة						
١١/–	مناهل عربية						لحظات طائر
١١/٣٠	نظام دمشق حقائق ومؤشرات						
١٢/–	نشرة الاخبار السادسة						
١٢/٣٠	من الذاكرة	ضفاف الفن	من المكتبة الصوتية	اقبل الليل	مغنون من بلادي	ليل العاشقين	سهرة منوعات
١/٣٠	غناء						
٢/–	اهم الانباء والختام بالسلام الجمهوري						

النسبة المئوية لبرامج اذاعة بغداد

القسم	المعدل اليومي	المعدل الاسبوعي	النسبة المئوية
الاخبار والمواجيز	١٠٥ دق	٨٧٥ دق	٢٠,٣٣٤ ٪
السياسية	١٧٠ دق	١١٩٠ دق	١٣,٣٣٣ ٪
الثقافية	٥١,٤٢٨٧ دق	٣٦٠ دق	٤,٠٤٢ ٪
المنوعات	٢٦٦,٤٢٨ دق	١٨٦٥ دق	٢٠,٨٩٥ ٪
التنمية والعلم	٩٣,٥٧١ دق	٦٥٥ دق	٦,٣٣٠ ٪
البث المباشر	٣٩,٢٨٥ دق	٢٧٥ دق	٣,٠٨١ ٪
الفترة الدينية	٨٠,٧١٤ دق	٥٦٥ دق	٦,٣٣٠ ٪
لاطفال	١٢,٨٥٧ دق	٩٠ دق	١,٠٠٤ ٪
الغناء والموسيقى	٤٥٥,٧١٧ دق	٣١٩٠,٠١٩	٣٥,٧٤٣ ٪

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج اليومية اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
القران الكريم والفترة الدينية	٤٥ دق	٥/٣٠ ـ ٦/١٥ صباحا	التنسيق	
مع الصباح	٤٥ دق	٦/١٥ صباحا	المنوعات	منتج
قف وانتبه	٣ دق	٧/٢٠ صباحا	التنمية	منتج
جريدة الصباح	١٥ دق	٧/٣٠ صباحا		
كتابات خالدة	١٠ دق	٨/ـ صباحا	الثقافية	عدا الجمعة
نوافذ الصباح	٥٠ دق	٨/١٠ صباحا	المنوعات	
دنيا الاسرة	١٥ دق	٩/٣٠ صباحا	التنمية	ماعدا الجمعة يذاع برنامج صحة وعافية
البث المباشر	٥٥ دق	١٠/٥/ـ صباحا		عدا الخميس يذاع برنامج اذاعة المحافظات
نادي الاذاعة	٦٠ دق	١١/ـ صباحا	المنوعات	
البرنامج اللغوي	٥ دق	١٢/٥٠ ظهرا	المنوعات	يعاد الساعة ٩/ـ مساء
المرشد الزراعي	٥ دق	١٢/٢٠ ظهرا	التنمية	ماعدا الجمعة
مناهل عربية	١٠ دق	٢/ـ ظهرا ـ اعادة		لحلقة امس عدا الخميس والجمعة يذاع الساعة ١٢/٣٥ ظهرا

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧
ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج اليومية

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
برنامج القوات المسلحة	١٢٠ د ق	ـ/ ٣ عصرا	التوجيه السياسي	
شريط الانباء	١٥ دق	ـ/ ٥ عصرا	السياسية	عدا الجمعة
جريدة اليوم	١٥ دق	ـ/ ٧ مساء	السياسية	
نادي الاذاعة	٦٠ دق	ـ/ ٩ مساء	المنوعات	جديد
الفترة السياسية	٢٠ دق	١٥/ ١٠	السياسية	
نظام دمشق (حقائق ومؤشرات)	١٠ دق	٣٠/ ١١ مساء	السياسية	
برنامج (سهرة)	٥٠ ـ ٦٠ دق	٣٠/ ١٢ ب . م . ل		

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية
السبت

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
حديقة العلوم	١٥ دق	ـ/ ٩ صباحاً	الاطفال/ الثقافية	منتج
اصوات لاتنسى	٣٠ دق	ـ/ ١٢ ظهراً	المنوعات	(حلقة جديدة)
اخبار العلوم	١٥ دق	٣٠/ ١٢ ظهراً	اعادة لحلقة	الخميس
صحة وعافية	١٥ دق	٣٠/ ١ ظهراً	اعادة لحلقة الجمعة	
من ادب القادسية	١٥ دق	٣٠/ ٦ مساء	الثقافية	منتج
الطبيعة والحياة	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء	الثقافية	منتج
افاق النقد	١٥ دق	٣٠/ ٨ مساء	الثقافية	منتج
مناهل عربية	١٠ دق	ـ/ ١١ مساء	الثقافية	منتج (حلقة جديدة تعاد ظهيرة اليوم الثاني
من الذاكرة	٦٠ دق	٣٠/ ١٢ ب . م . ل	المنوعات	منتج (حلقة جديدة تعاد ظهيرة الجمعة

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية

الأحد

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
عالم الموسيقى	١٥ دق	ـ/ ٩ صباحاً	الاطفال/ الثقافية	منتج
الطلبة والشباب	١٥ دق	ـ/ ١٢ ظهراً	التنمية	
الطبيعة والحياة	١٥ دق	٣٠/ ١٢ ظهراً	التنمية/ العلمي	اعادة لحلقة السبت
المجلة الصحية	١٥ دق	٣٠/ ١ ظهراً	التنمية	
البرنامج الزراعي	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء	العلمي/ التنمية يعاد	الاثنين ٣٠/ ١٢ ظهيراً
البرنامج العلمي	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء	التنمية	
في رحاب القصيدة	١٥ دق	٣٠/ ٨ مساء	الثقافية	
ضفاف الفن	٦٠ دق	٣٠/ ١٢ ب. م. ل	المنوعات	(جديد) ويعاد الخميس ٣٠/ ١ ظهراً

دورة البرامج

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧
ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية

الاثنين

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
مرحباً بأطفال	١٥ دق	ـ/ ٩ صباحاً	الاطفال/ الثقافية	
سلامتك في العمل	١٥ دق	ـ/ ١٢ ظهراً	العلمي / التنمية	منتج
البرنامج العلمي	١٥ دق	٣٠/ ١٢ ظهراً	العلمي	اعادة لحلقة الاحد
الشرطة في خدمة الشعب	١٥ دق	٣٠/ ١ ظهراً	التنمية	
الطب والرياضة (يعاد الجمعة الساعة ١١/ ظهراً	١٥ دق	٣٠/ ٦ مساء	التنمية	منتج
شعاع الاكتشاف	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء	التنمية	منتج
حكايات عربية	١٥ دق	٣٠/ ٨ مساء	الثقافة	
من المكتبة الصوتية	٦٠ دق	٣٠/ ١٢ ب . م . ل	المنوعات	جديد ويعاد الجمعة ٣٠/ ١ ظهراً

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية

الثلاثاء

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
الطلائع في المسيرة	١٥ دق	ـ/ ٩ صباحاً	الاطفال	
صوت المرأة	١٥ دق	ـ/ ١٢ ظهراً	التنمية	
شعاع الاكتشاف	١٥ دق	ـ ٣٠/ ١٢ ظهراً	العلمي	التنمية/ اعادة لحلقة الأثنين
تحقيقات اذاعية	١٥ دق	٣٠/ ١ ظهراً	التنمية	
ركن البادية	٢٠ دق	٣٠/ ٦ مساء	التنمية	
المبدعون	١٠ دق	٣٠/ ٧ مساء	التنمية	يعاد الاربعاء ٣٠/ ١٢
أصوات شابة	١٥ دق	٣٠/ ٨ مساء	الثقافية	
أقبل الليل	٦٠ دق	٣٠/ ١٢ ب م ل	المنوعات	

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية

الاربعاء

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
طريق السلامة	١٥ دق	ـ/ ٩ صباحاً	التنمية	
أصوات لاتنسى	٣٠ دق	ـ / ١٢ ظهراً	المنوعات	حلقة جديدة
المبدعون	١٠ دق	٣٠/ ١٢ ظهراً	التنمية	اعادة لحلقة يوم الثلاثاء
القانون والمجتمع	١٥ دق	٣٠/ ١ ظهراً	التنمية	
من أدب قادسية صدام	١٥ دق	٣٠/ ٦ مساء	الثقافية	اعادة لحلقة يوم السبت
علوم المستقبل	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء	التنمية/ العلمي	
نافذة أثارية	١٥ دق	٣٠/ ٨ مساء	الثقافية	
مغنون من بلادي	٢٠ دق	٣٠/ ١٢ ب. م. ل	المنوعات	حلقة جديدة تعاد الجمعة الساعة ٥ ـ/ ٥ مساء

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية

الخميس

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
حديقة العلوم	١٥ دق	ـ/ ٩ صباحاً	الاطفال/ اعادة لحلقة	يوم السبت
اذاعة المحافظات	٥٥ دق	٠٥/ ١٠ ظهراً	التنمية	
صوت الفلاح	١٥ دق	ـ/ ١٢ ظهراً	التنمية	منتج
علوم المستقبل	١٥ دق	٣٠/ ١٢ ظهراً	التنمية	اعادة لحلقة الاربعاء
ضفاف الفن	٦٠ دق	٣٠/ ١ ظهراً	المنوعات	منتج اعادة
فنون	١٥ دق	٣٠/ ٦ مساء	المنوعات	
اخبار العلوم	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء	التنمية/ يعاد السبت	٣٠/ ١٢ ظهراً
سؤال وجواب	١٥ دق	٣٠/ ٨ مساء	الثقافية	
ليل العاشقين.	٥٠ دق	٣٠/ ١٢ ب . م . ل	المنوعات	

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية

الجمعة

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
صباح الخير ق١	٤٥ دق	١٥/ ٦ صباحاً	المنوعات	
صباح الخير ق٢	٤٥ دق	ـ/ ٨ صباحاً	المنوعات	
عالم الأطفال	١٥ دق	ـ/ ٩ صباحاً	الأطفال/ الثقافية	
صحة وعافية	١٥ دق	٣٠/ ٩ صباحاً	التنمية	يعاد السبت ٣٠/ ١ ظهراً
حلقة الجمعة من (نادي الاذاعة)	٤٥ دق	٤٥/ ٩	المنوعات	حلقة جديدة بابواب مستحدثة
عراقنا الرياضي	٣٠ دق	٣٠/ ١٠ صباحاً	التنمية	
الطب والرياضة	١٠ دق	٣٠/ ١١ صباحاً	التنمية	اعادة لحلقة يوم الاثنين
من الذاكرة	٦٠ دق	٣٠/ ١١ صباحاً	المنوعات	اعادة لحلقة يوم السبت
مناهل عربية	١٠ دق	٣٥/ ١٢ ظهراً	الثقافية	حلقة معادة
الفترة الدينية	٤٠ دق	٤٥/ ١٢ ظهراً	التنسيق/ الثقافية	
من المكتبة الصوتية	٦٠ دق	٣٠/ ١ ظهراً	المنوعات	اعادة لحلقة يوم الأثنين
مغنون من بلادي	١٥ دق	ـ/ ٥ مساء	المنوعات	اعادة لحلقة يوم الاربعاء
من التراث الشعبي	١٥ دق	٣٠/ ٦ مساء	التنمية	اعادة لحلقة يوم الاربعاء

دورة برامج اذاعة بغداد المبتدأ من ٣١/ ٧/ ١٩٨٧ ولغاية ٣١/ ١٢/ ١٩٨٧

البرامج الاسبوعية

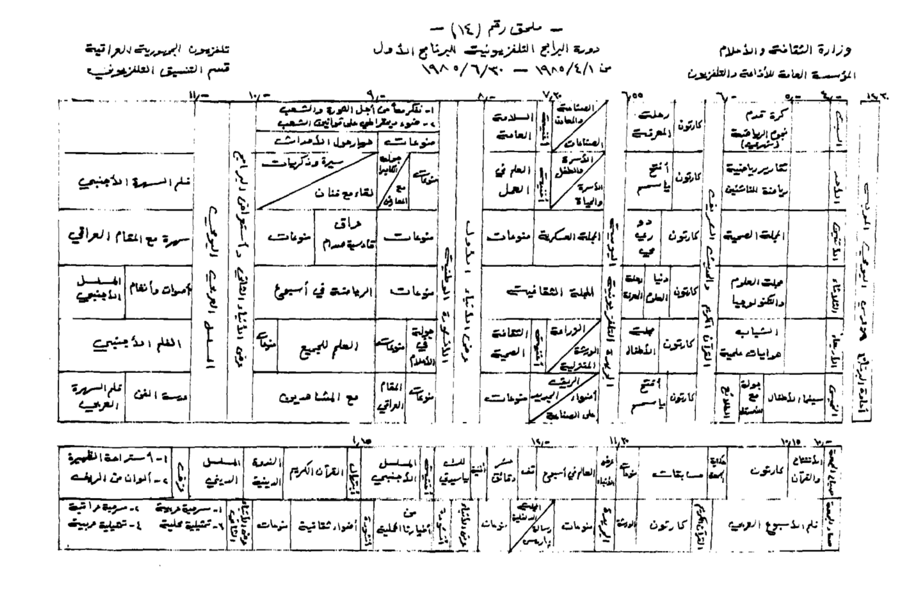
تابع ليوم الجمعة

اسم البرنامج	وقته	وقت اذاعته	القسم	الملاحظات
القانون والمجتمع	١٥ دق	٣٠/ ٧ مساء	التنمية	اعادة لحلقة يوم الاربعاء
العرض الثقافي	٣٠ دق	٣٠/ ٨ مساء	الثقافية	
لحظات طائر	١٠ دق	ـ/ ١١ مساء	الثقافية	
سهرة منوعات	٦٠ دق	٣٠/ ١٢ ب . م ل	المنوعات	

وزارة الثقافة والأعلام
المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون

— ملحق رقم (١٤) —
دورة البرامج التلفزيونية للبرنامج الأول
من ١٩٨٥/٤/١ — ١٩٨٥/٦/٣٠

تلفزيون الجمهورية العراقية
قسم التنسيق التلفزيوني



أذاعة البرنامج الدرسي اليومي المرئي (٤،٣٠ – ٥،٠٠)

اليوم	٥،٠٠ – ٦،٠٠	٦،٠٠	٦،٠٠ – ٦،٥٥	٦،٥٥	٧،٣٠ – ٨،٠٠	٨،٠٠	٨،٠٠ – ١٠،٠٠	١٠،٠٠	١٠،٣٠	١١،٠٠
السبت	كرة قدم / نجوم الرياضة (تسجيلية)	القرآن الكريم والحديث الشريف	كارتون / رحلات المعرفة	الجريدة التلفزيونية اليومية	الصناعة والمعادن / الصناعات / أغنية / السلامة العامة	عرض الأنباء الأول / الأنشودة الوطنية	منوعات / حوار حول الأحداث / ١- نفكر معاً من أجل الثورة والشعب ٢- ضوء ديمقراطي على تواريخ الشعب	عرض الأنباء الثاني واستعراض البرامج	المسلسل العربي اليومي	
الأحد	تقارير رياضية / رياضة الناشئين		كارتون / أنتج بإسم		الأسرة والطفل / الأسرة والحياة / أغنية / العلم في العمل		منوعات / جولة الكاميرا / مع المعارض / سيرة وذكريات / لقاء مع فنان			فلم السهرة الأجنبي
الأثنين	المجلة الصحية		كارتون / دو ري مي		المجلة العسكرية / منوعات		منوعات / عراق قادسية صدام / منوعات			سهرة مع المقام العراقي
الثلاثاء	مجلة العلوم والتكنولوجيا		كارتون / دنيا الطلوع / مجلة المرأة		المجلة الثقافية		منوعات / الرياضة في أسبوع			أصوات وأنغام / المسلسل الأجنبي
الأربعاء	الشباب / هوايات علمية		كارتون / مجلة الأطفال		الزراعة / الوريثة المنزلية / أغنية / الثقافة الصحية		جولة في الأعلام / منوعات / العلم للجميع / منوعات			الفلم الأجنبي
الخميس	سينما الأطفال / جولة مع مستطلع / الطلائع		كارتون / أنتج بإسم		الريف / أضواء جديدة على الصناعة / منوعات		منوعات / المقام العراقي / مع المشاهدين			مسرح الفن / فلم السهرة العربي

	١٠،٠٠	١٠،١٥		١١،٣٠	١٢،٠٠	١،١٥
صباح الجمعة	الافتتاح والقرآن	كارتون	حكاية الجمعة / مسابقات / منوعات / عرض الأنباء	العالم في أسبوع / تف / مسرح دقائق / أنغام	للشباب رياضيتي / أغنية / المسلسل الأجنبي	إبتهال / القرآن الكريم / الندوة الدينية / المسلسل الديني / فرصة / ١- ٩ استراحة الظهيرة ٢- ألوان من الريف
مساء الجمعة	فلم الأسبوع العربي	القرآن الكريم	كارتون / الوثيقة / الجريدة	منوعات / رسالة باريس / منوعات	عرض الأنباء / أنشودة / من أطيار الخليج / أنشودة / أضواء ثقافية / منوعات	عرض الأنباء الثاني / ١- مسرحية عربية ٢- مسرحية عراقية ٦- تمثيلية محلية ٤- تمثيلية عربية

ملحق رقم (١٥)

وزارة الثقافة والاعلام دورة برامج البث الصباحي تلفزيون الجمهورية العراقية
المؤسسة العامة للاذاعة للعطلة الصيفية ٢٢/ ٦-٢٢/ ٩/ ١٩٨٥ قسم التنسيق التلفزيوني
والتلفزيون

الخميس الاربعاء الثلاثاء	الاثنين الاحد السبت	
الافتتاح والقرآن الكريم + استعراض البرامج		١٠،ـ
برنامج الاطفال ١ ـ ٢ ـ ٣		١٠،١٥
برنامج الاطفال «انتبه»		
افلام كارتون		١٠،٢٠
برنامج نافذة الصباح		١٠،٢٥
برنامج سؤال اليوم		١٠،٥
الرياضة البدنية رياضة للناشئين برنامج هوايات الاصدقاء	برنامج لقاء الاصدقاء برنامج معالم حضارية الموجز	١١،ـ ١١،٠٥
اغنية صباحية	اغنية صباحية	
ارشادات صحية	ارشادات صحية	١١،١٥
برنامج آثارنا الفلم العربي القديم الحقيبة العلمية	برنامج آثارنا الحقيبة العلمية	١١،٢٠
موجز الانباء	موجز الانباء	١١،٢٥
المسلسل العربي «القضوة» المسلسل الاجنبي «حافات المياه» التمثيلية المحلية	المسلسل الاجنبي حافات المياه المسلسل المحلي « »	١١،٣٠
صور من بلادي		١١،٣٥
استعراض برامج المساء ثم الختام		١،٤٠

ملحق رقم (١٦)

دورة برامج البث الصباحي للعطلة الصيفية

حزيران/ ١٩٨٦

وزارة الثقافة والاعلام — تلفزيون الجمهورية العراقية

المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون — قسم التنسيق التلفزيوني

الخميس — الاربعاء — الثلاثاء — الاثنين. — الاحد — السبت

١٠,٠٠

الافتتاح والقرآن الكريم واستعراض البرامج

برنامج صباح الخير

١٠,١٥

برنامج انتبه ..

افلام كارتون القرية الاليفة

برنامج فكر معي .

البرنامج الرياضي ١ ـ ٢ ـ ٣

برنامج افكار علمية

اغنية صباحية

١١,٠٠

سلسلة تعلم السباحة — الورشة المنزلية — لك ياسيدي — برنامج مرحبة

برنامج هوايات الاصدقاء

الحقيبة العلمية — المرشد العلمي — الحقيبة العلمية — المرشد الصحي

الحقيبة العلمية — المرشد الصحي

منوعات

موجز الانباء

١١,٤٥

المسلسل اليومي : ـ

٠ ـ خرج ولم يعد

٢ ـ احلى من جدول الضرب

٣ ـ حامض حلو/ محلي

٤ ـ البحث عن الصحة

١٢,٣٠

استعراض برامج المساء والختام

وزارة الثقافة والاعلام
المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون

تلفزيون الجمهورية العراقية
قسم التنسيق التلفزيوني

ملحق رقم (١٧)

دورة البرامج التلفزيونية/البرنامج الاول
٨/١ - ١٩٨٦/٩/٣٠

اليوم	٤ - ٥	٥ - ٦	٦	٦ - ٦،٥٥	٦ - ٦،٥٥	٦،٥٥ - ٧،١٥	٧،١٥ - ٧،٤٥	٧،٤٥	٧،٤٥ - ٨	٨ - ٨،٢٠	٨،٢٠ - ٩	٨،٢٠ - ٩	٩ - ١٠	١٠ - ١٠،٢٥	١٠،٢٥ - ١١	١١
السبت		نشرة رياضية	القرآن الكريم والحديث الشريف	كارتون	دمى	الجريدة التلفزيونية اليومية	الصناعة / الصناعات	منوعات	السلامة العامة	عرض الأنباء الاول والأنشودة	رسالة البصرة	منوعات	من ذاكرة الفديو / سعيد وسعيدة	عرض الأنباء الثاني - تكسب الشباب لغد المستقبل - الاستعراض	المسلسل العربي اليومي	المسلسل الأجنبي ملائكة شارلي
الأحد		نشرة رياضية		كارتون	افتح يا سمسم		صحة ووقاية / سلامتك	الأغنية	العلم في الحقل		رسالة القاهرة	منوعات	لقاء مع فنان / تحقيق / منوعات / كاميرا			الفلم الاجنبي
الاثنين		المجلة الصحية		كارتون	دو ري مي		الريف الجديد		منوعات		العراق في الثقافة / العراق الجديد / منوعات	منوعات	المسلسل الاجنبي د. شيمس بكسر ٢ - لو غرافت			سهرة مع المقام / رحلة مع الغناء
الثلاثاء		مجلة العلوم والتكنولوجيا		كارتون	دنيا العلم		منوعات / الأسرة والطفل	منوعات	المجلة الثقافية		منوعات	حماة الفنون	الرياضة في اسبوع			برنامج ستوديو ٨٦
الاربعاء	برنامج الشباب	حوليات علمية		كارتون	مجلة الاستشارة		الزراعة / الورشة المنزلية	منوعات	الثقافة الصحية		جولة في الاعلام	منوعات	العلم للجميع / منوعات			الفلم الاجنبي
الخميس	سينما الأطفال	الطلائع / الجولة		كارتون	افتح يا سمسم		برنامج ريدبه / منوعات		المسلسل الاجنبي د. مور		مدرسة الفن		منوعات مختارة			الفلم العربي

صباح الجمعة	١٠ - ١٠،١٥	١٠،١٥					١١،٢٠		١٢		١٢،٢٠						٢،١٥	٣
	الافتتاح والقرآن	كارتون	حكاية الجمعة	مسابقات	منوعات	عرض الأنباء	العالم في اسبوع	قف	عشر دقائق	منوعات	أيتوب	القرآن الكريم	موعد الأذان	الحديث الديني	المسلسل الديني لا اله إلا الله	عزف	المسلسل الاجنبي الألعاب الشعبية	نسمات من بلادي / أصوات شابة

وزارة الثقافة والأعلام
المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون

تلفزيون الجمهورية العراقية
قسم التنسيق التلفزيوني

ملحق رقم (١٨)
دورة البرامج التلفزيونية/ البرنامج الثاني
١/ ٨ ـ ٣٠/ ٩/ ١٩٨٦

٥ـ	٧,٣٠		٨,٤٠	٩ـ	١٠ـ	١٠,١٥	
			اضواء على الصحافة الرياضية	المسلسل وقال البحر	العربي المعاد		
				العالم في اسبوع بالانكليزية	المسلسل الاجنبي		
			رياضة للناشئين		الثعلب لمجوز		
	الفترة التعليمية	البرنامج الفارسي	رياضيين قدماء نجوم الرياضة	حوار في الثقافة	المسلسل المحلي المعاد/ عمر بن ابي ربيعة		رسائل جامعية (شهري)
			اضواء على مباريات الدوري	الندوة الثقافية	الموسيقى العالمية		
			الرياضة الاولمبية	تحقيق تلفزيوني	التنمية والمستقبل		
				T.VTUNE			
	كرة قدم ـ تقارير رياضية			الفلم الاجنبي		الفلم الفارسي المسرحية	العراقية

الجمعة الخميس الاربعاء الثلاثاء الأثنين الاحد السبت
عرض الانباء بالانكليزية
استعراض البرامج

وزارة الثقافة والاعلام
المؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون

— ملحق رقم (١٩) —
دورة البرامج التلفزيونية / البرنامج الأول
من ١/١ — ١٩٨٧/٣/٣١

تلفزيون الجمهورية العراقية
قسم التنسيق التلفزيوني

اليوم	بدء البث – ٦،٠٠	٦،٠٠		٦،٥٥	٧،١٥	٧،١٥ – ٨،٠٠	٨،٠٠		٨،٢٠ – ١٠،٠٠	١٠،٠٠	١٠،١٠	١١،٠٠
السبت	كرة قدم أجنبية + مواد رياضية	القرآن الكريم والحديث الشريف	كارتون	دمى	الجريدة التلفزيونية اليومية	الصناعة / الصناعات – أغنية – السلامة العامة (١)	عرض الأنباء الأولى	الأنشودة الوطنية	رسالة الأردن – منوعات – برنامج اللياقة البدنية – منوعات	عرض الأنباء الثاني واستعراض البرامج	المسلسل العربي اليومي	المسلسل الأجنبي
الأحد	كرة قدم محلية + برنامج مباراة من الدوري		كارتون	أفتح يا سمسم		صحة حيوانية / الزراعة – أغنية – العلم في العمل			رسالة القاهرة – منوعات – العراق في التاريخ / من ذاكرة الفيديو			الفلم الأجنبي
الاثنين	مواد علمية + المجلة الصحية		كارتون	دور رعاية صحية		الريف الجديد – الأسرة والحياة / الأسرة والطفل			العراق الجديد / قراءة تحت أسوار المدن – منوعات – المسلسل الأجنبي			سهرة مع المقام العراقي / سهرة مع مطربة
الثلاثاء	مواد علمية + مجلة العلوم والتكنولوجيا		كارتون	مجلة الأصدقاء		المجلة الثقافية – السلامة العامة (٢)			جولة في الأعلام – منوعات – الرياضة في أسبوع			أغنية السهرة – سهرة مع دائرة الفنون الموسيقية (خارجية)
الأربعاء	كرة قدم أجنبية + العلم والشباب + برنامج الشباب		كارتون	مجلة الأصدقاء		الثقافة الصحية – المسلسل المحلي أهل الكلام			منوعات – خماسي الفنون – العلم للجميع – منوعات			الفلم الأجنبي
الخميس	سينما الأطفال + جولة الشطار + الطلائع		كارتون	أفتح يا سمسم		منوعات – المسلسل الأجنبي			برنامج مدينة الفرح – منوعات مختارة			الفلم العربي

صباح الجمعة
الافتتاح والقرآن الكريم – أفلام كارتون – برنامج من المكتبة – أفلام علمية – أبطال – القرآن الكريم – بعد أذان الظهر – المسلسل الديني – برامج الأطفال – عرض الأنباء – العالم في أسبوع – أغنية – الوجبة المنزلية – أغنية – برنامج عشر دقائق – منوعات + تقف – المسلسل الأجنبي كورلك – أصوات شابة / رحلات مع الغناء / نسمات من بلادي

مساء الجمعة
القرآن الكريم – كارتون – الورشة – الجريدة – سياسيتو / منوعات – منوعات / المجلة الداخلية – عرض الأنباء – أنشودة – من أخبار العالم – منوعات – أضواء ثقافية / لوحة وفنان – عرض الأنباء الثانية – مسرحية عراقية – تمثيلية عراقية – مسرحية أو تمثيلية عربية

ملحق رقم (٢٠)

وزارة الثقافة والأعلام المؤسسة العامة للأذاعة والتلفزيون	دورة البرامج التلفزيونية/ البرنامج الثاني ١/ ١ ـ ٣١/ ٣/ ١٩٨٧	تلفزيون الجمهورية العراقية قسم التنسيق التلفزيوني

	٥ـ	٧,٣٠		٨,٤٠	٩ـ	١٠ـ	١٠,١٥
السبت				اضواء على الصحافة الرياضية	المسلسل العربي المعاد		
الاحد				رياضة للناشئين	العالم في اسبوع بالانكليزية	المسلسل الاجنبي	
الأثنين		الفترة التعليمية	البرنامج الفارسي	رياضيين قدماء نجوم الرياضة	حوار في الثقافة	المسلسل المحلي المعاد	رسائل جامعية (شهري)
الثلاثاء				اضواء على مباريات الدوري	الندوة الثقافية	الموسيقى العالمية	
الاربعاء				الرياضة الاولمبية	تحقيق تلفزيوني	التنمية والمستقبل	
الخميس					T.V TUNE		الفلم الفارسي
الجمعة		كرة قدم ـ تقارير رياضية			الفلم الاجنبي		

عرض الانباء بالانكليزية
استعراض البرامج

ملحق رقم (٢١)
دورة برامج شهر رمضان المبارك / ١٩٨٧
للبرنامج الاول

ـ / ٥ الافتتاح بالسلام الجمهوري
٢ء / ٥ فترة برامج الاطفال :

السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
كارتون	كارتون	كارتون	كارتون	كارتون	كارتون	كارتون
+	+	+	+	+	+	+
علوم	اغنية	دو ري	دنيا	مجلة	افتح	استعراض
+	+	مي	العلوم	الاصدقاء	ياسمسم	الدمى
اغنية	بوجي	+	بوجي	+	بوجي	+
	وطمطم	اغنية	وطمطم	اغنية	وطمطم	اغنية

٤٥ / ٥ الجريدة التلفزيونية والامساكية
ـ / ٦ المسلسل الديني اليومي ((لا اله الا الله))
٤٥ / ٦ القرآن الكريم/ ترتيل الشيخ عبد الباسط عبد الصمد
مدفع الافطار واذان المغرب
دعاء الصائم
الحديث الديني
ابتهالات دينية
البرنامج اليومي ((صحتك في رمضان))
المسلسل الديني ((ويبقى الاسلام الامل))
البرنامج اليومي ((وفاء الاحفاد))
٣٠ / ٩ عرض الانباء الاول والانشودة
ـ / ١٠

السبت	الاحد	الاثنين	الثلاثاء	الاربعاء	الخميس	الجمعة
رسالة	رسالة	برنامج	برنامج	برنامج	برنامج	برنامج
الاردن	القاهرة	لعبة	الرياضة	العلم	عدسة	دردشه
		المحيبس	في	للجميع	الفن	مع
منوعات	برنامج		اسبوع			العلماء
المجلة	كتاب			منوعات	منوعات	
الثقافية	الاسبوع					

ـ / ١١ عرض الانباء الثاني

١٥ / ١١ المسلسل المحلي اليومي = = ١ ـ غاوي مشاكل

اغنية ٢ ـ الايام العصيبة

١٠ / ١٢ المسلسل العربي اليومي

ـ / ١ البرنامج اليومي (في رحاب الاحاديث القدسية)) فالختام

ملحق رقم (٢٢)
«دورة برامج شهر رمضان المبارك//// ١٩٨٧»
للبرنامج الثاني

٥/-	الافتتاح بالسلام الجمهوري
٥/٢	فترة البرامج التعليمية
٦/٤٥	الارتباط مع البرنامج الاول لتقديم الفترة الدينية
٨/-	«انفصال القناتين»
	البرنامج الفارسي اليومي
٩/١٥	المسلسل اليومي
	١) المسلسل المحلي (ما خفي من نوارد جحا)
	٢) المسلسل العربي (صائمون والله اعلم)
١٠/-	عرض الانباء باللغة الانكليزية
	ثم الختام بالسلام الجمهوري

- ملحق رقم (٢٣) -

وزارة الثقافة والاعلام
دائرة التلفزيون العامة

دورة البرامج التلفزيونية / البرنامج الاول
من ١/٧ - ٣١/١٠/١٩٧٧

تلفزيون الجمهورية العراقية
قسم التنسيق والمتابعة

اليوم	٥،٠٠	٦،٠٠	٦،١٥	٧،٠٠	٧،١٥	٧،٣٠	٨،٠٠	٨،٣٠	٩،٠٠	١٠،٠٠	١٠،١٥ - ١١،٠٠
السبت	كرة قدم	القرآن الكريم والحديث الشريف	كارتون / برنامج علوم / صحة وعافية		السلامة العامة	المسلسل اليومي (أهل الكلام)	[illegible]	رسالة الأردن	المجلة الثقافية / الباقات الهندية	[illegible]	المسلسل الاجنبي
الأحد	فترة رياضية		كارتون / العلم في العمل		منوعات			رسالة القاهرة	كاميرا في تحقيق / منوعات / من ذاكرة التلفزيون / العراق عبر التاريخ		الفلم الاجنبي
الاثنين	المجلة الصحية		كارتون / دو رى مي / الأسرة والحياة / الأسرة والطفل		منوعات			العراق الجديد / رسالة تونس	المسلسل الاجنبي / خواطر		سهرة مع المقام العراقي
الثلاثاء	مجلة العلوم والتكنولوجيا		كارتون / سينما العلوم / البرنامج الزراعي		السلامة العامة			جولة في الاعلام	منوعات / الرياضة في أسبوع		ستوديو ٨٧
الأربعاء	العلم والشباب / الطلبة والشباب		كارتون / مجلة الاطفال / الثقافة الصحية		منوعات			قراءات تحت أسوار الغد / منوعات	العلم للجميع / خواطر		الفلم الاجنبي
الخميس	سينما الاطفال / [illegible]		كارتون / الشيخ باسم		منوعات			مدرسة الفن	منوعات مختارة		الفلم العربي

	١٠،٠٠	١٠،١٥			١٢،٠٠						٢،٠٠			٢،٣٠		
صباح الجمعة	الافتتاح والقرآن الكريم	كارتون	فوازير شريط	حول العالم في ٣٠ دقيقة	نشاهد معاً	[illegible]	من أغاني الافلام	[illegible]	القرآن الكريم	حديث ديني	[illegible]	المسلسل الديني	[illegible]	الفلم الاجنبي	منوعات	سباقات / سيد وسيدة / منوعات
مساء الجمعة		[illegible]	كارتون	[illegible]	[illegible]	يا سيدتي	كتاب الأسبوع / الأمن والمجتمع	[illegible]	من أخبار القائد	منوعات / أضواء ثقافية / لوحة وفنان	[illegible]	تمثيلية محلية أو عربية				

وزارة الثقافة والاعلام
دائرة التلفزيون العامة

— ملحق رقم (٢٤) —

الدورة التلفزيونية الجديدة للبرنامج الثاني
التي تبدأ في ١٩٨٧/٧/١ وتنتهي في ١٩٨٧/١٢/٣١

مديرية البرامج التلفزيونية
قسم التنسيق والمتابعة التلفزيونية

	٥/٠٠	٧/٠٠	٧/٣٠	٩/٠٠	٩/١٥	٩/٤٥	١٠/٠٠	١٠/٤٥
السبت	الفترة التعليمية	رياضة للناشئين	البرنامج الفارسي اليومي	عرض الأنباء باللغة الانكليزية	الندوة الثقافية	الأخبار المتنوعة	المسلسل الأجنبي اليومي: ١- من هو السيد ٢- استعراض فني ٣- تكنلوجيا في طريق ٤- الفن الأصيل ٥- مستشفى الرحمة ٦- أفلام المدينة	الفلم العربي (معاد)
الأحد		أضواء على مباراة الدوري			العالم في أسبوع بالانكليزية / أغاني منوعة			سهرة مع ... (حفلات مختارة)
الاثنين		نافذة على الصحافة الرياضية			الموسيقى العالمية			البرنامج الاستعراضي
الثلاثاء		رياضيون قدماء			حوار في الثقافة			المسلسل العراقي
الأربعاء		الرياضة العالمية			التقنية والمستقبل / T.V TUNE			البرنامج المنوع
الخميس		نجوم الرياضة			لقاء مع فنانات (أجنبي)			المسرحية العربية أو المحلية
الجمعة	مباراة بكرة القدم	تقارير رياضية			تحقيق بالانكليزية / أغاني منوعة			الفلم الأجنبي
برامج الجمعة	كارتون / مسلسل / منوعات	المسلسل العربي / منوعات	المسلسل الأجنبي		البرنامج المنوع		المسلسل العراقي والمسرحية العربية	الفلم الأجنبي

برنامج حتى ختام البث — الليل والختام

ملحق رقم (٢٥)

دورة البرامج للفترة الصباحية

٢٠/ ٦/ ١٩٨٦ ـ ٢٠/ ٩/ ١٩٨٧

وزارة الثقافة والاعلام — مديرية البرامج التلفزيونية

دائرة التلفزيون العامة — قسم التنسيق والمتابعة التلفزيوني

ـ ١

الخميس	الاربعاء	الثلاثاء	الاثنين	الاحد	السبت

الافتتاح والقرآن الكريم

البرنامج الرياضي ١ ـ ٢ ـ ٣

برنامج «إنتبه»

مسلسل الكارتون

برنامج «فكر معي»

برنامج «خفايا الاشياء»

برنامج الموسوعة الصغيرة — هذا البرنامج يعرض بعد احد البرامج السابقة والتي يرتبط موضوعها معه.

منوعات	برنامج لك ياسيدتي	منوعات	برنامج المرسم الصغير

المسلسل اليومي «فوازير شريهان»

برنامج الزهور والنباتات البيتية

موجز الانباء

المسلسل اليومي: ـ

١ ـ تحت موسى الحلاقة

٢ ـ جواري بلا قيود

٣ ـ الشارع الجديد

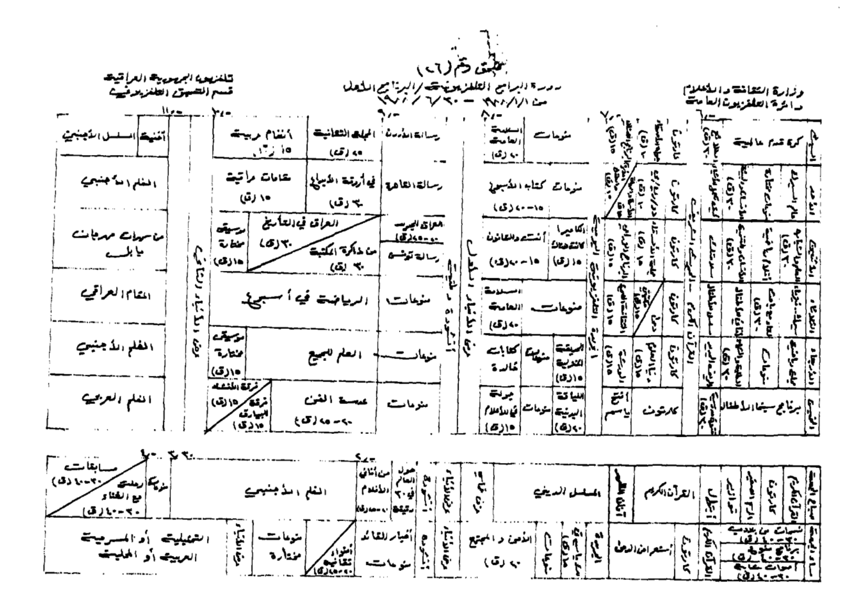
٤ ـ

٥ ـ

٦ ـ

استعراض البرامج والختام بالسلام الجمهوري

١٠ ـ ١٠،١٥ ـ ١٠،٢٥ ـ ١٠،٣٠ ـ ١٠،٥٥ ـ ١١ ـ ١١،١٠ ـ ١١،١٥ ـ ١١،٣٠ ـ ١٢ ـ ١٢،١٠ ـ ١٢،١٥ ـ ١٢،٢٠



ملحق رقم (٦)

وزارة الثقافة والإعلام
دائرة التلفزيون العامة

دورة البرامج التلفزيونية / البرنامج الأول
من ١/١/١٩٧٠ — ٣٠/٦/١٩٧٠

تلفزيون الجمهورية العراقية
قسم التنسيق التلفزيوني

اليوم	٦,٠٠	٧,٠٠	٨,٠٠	٩,٠٠	١١,٠٠
السبت	كرة قدم عالمية ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ كارتون ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ١٥ (ق)	منوعات ؛ المسلسلة العامة ٤٠ (ق)	رسالة الأردن	المجلة الثقافية ٤٠ (ق) ؛ أنغام عربية ١٥ (ق)	أغنية ؛ المسلسل الأجنبي
الأحد	عالم السيرك ؛ [illegible] ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ؛ كارتون ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ١٠ (ق)	منوعات ؛ كتاب الأسبوع ١٥-٤٠ (ق)	رسالة القاهرة	في أروقة الأدباء ٣٠ (ق) ؛ مقامات عراقية ١٠ (ق)	الفلم الأجنبي
الاثنين	[illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ؛ كارتون ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ١٥ (ق)	الكاميرا [illegible] ١٠ (ق) ؛ أنت والقانون ١٥-٤٠ (ق)	العراق الجديد ٤٠-٥٠ (ق) ؛ رسالة تونس	العراق في التاريخ ٣٠ (ق) ؛ من ذاكرة المكتبة ٣٠ (ق) ؛ موسيقى مختارة ١٥ (ق)	من سهرات مهرجانات بابل
الثلاثاء	[illegible] ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ؛ [illegible] ؛ كارتون ؛ [illegible] ؛ [illegible] ١٠ (ق)	منوعات ؛ المسلسلة العامة ٤٠ (ق)	منوعات	الرياضة في أسبوع	المقام العراقي
الأربعاء	[illegible] ؛ منوعات ؛ [illegible] ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ؛ كارتون ؛ [illegible] ١٠ (ق) ؛ [illegible] ١٥ (ق)	[illegible] ١٠ (ق) ؛ منوعات ؛ كتابات خالدة	منوعات	العلم للجميع ؛ موسيقى مختارة ١٥ (ق)	الفلم الأجنبي
الخميس	برنامج سينما الأطفال ؛ [illegible] ؛ كارتون ؛ افتح يا سمسم	اللياقة البدنية ٤٠ (ق) ؛ منوعات ؛ [illegible] في الأعلام ١٥ (ق)	منوعات	عدسة الفن ٤٠-٥٠ (ق) ؛ فرقة البيارق ١٥ (ق) ؛ فرقة الإنشاد ١٥ (ق)	الفلم العربي

القرآن الكريم — النشرة الإخبارية — موجز الأخبار — نشرة الأخبار

الجمعة				
صباح الجمعة	القرآن الكريم ؛ كارتون ؛ [illegible] ؛ [illegible] ؛ أجيال	القرآن الكريم ؛ آيات الله	المسلسل الديني	[illegible] ؛ [illegible] ؛ [illegible]
مساء الجمعة	نسمات من بلادي ٢٠-٤٠ (ق) ؛ [illegible] ٢٠-٤٠ (ق) ؛ أصوات عالمية ٢٠-٤٠ (ق) ؛ القرآن الكريم ؛ كارتون	استعراض الدمى ؛ [illegible] ؛ [illegible] ؛ منوعات	الدين والمجتمع ٢٠ (ق) ؛ [illegible] ؛ [illegible]	أخبار القائد ؛ منوعات ؛ أضواء ثقافية ٢٠-٥٠ (ق) ؛ منوعات مختارة ؛ التمثيلية أو المسرحية العربية أو المحلية
٨,٠٠ – ١٠,٣٠	حول العالم في ٣٠ دقيقة ؛ من أغاني الأفلام ٤٠-٥٠ (ق)	الفلم الأجنبي	موسيقى	رحلة مع الغناء ٣٠-٤٠ (ق) ؛ مسابقات ٣٠-٤٠ (ق)

ملحق رقم (٢٧) أستارة أستبيان للتعرف على خصائص وعادات الجمهور في التعرض للتلفزيون .

بيانات عامة : ـ

س (١) : العمر () سنة

س (٢) : الجنس ذكر ( ) انثى ( )

س (٣) : المستوى التعليمي ،

يقرأ ويكتب فقط ( ) دون مستوى الثانوية ( )

دون مستوى الشهادة الجامعية ( ) شهادة جامعية فأكثر ( )

س (٤) : التوزيع المهني ،

عامل ( ) فلاح ( )

موظف ( ) مهنة حرة ( )

طالب ( ) ربة بيت ( )

اخرى .....

س (٥) : المستوى المعيشي ،

دون الوسط ( ) وسط ( )

فوق الوسط ( )

س (٦) : الحالة المدنية ،

متزوج ( ) عازب ( )

مطلق او ارمل ( )

س (٧) : هل تشاهد التلفزيون ؟

بانتظام ( ) احياناً ( )

نادراً ( )

س (٨) : لمن لايشاهد التلفزيون الا نادراً ، ماهو السبب في ذلك ؟

لعدم وجود جهاز في محل اقامتي ( ) لعدم ملائمة وقت البث ( )

سبب آخر يذكر ....

س (٩) : لمن يشاهد بانتظام :

أ ـ ماهو معدل الوقت الذي تقضيه في مشاهدة التلفزيون يومياً ؟

....

ب ـ ماهي المواد التلفزيونية التي تفضل مشاهدتها ؟

....

....

....

....

....

س (١٠) : لمن يشاهد التلفزين احياناً :

هل تنتقي مواد تلفزيونية محددة؟
نعم (   )   لا (   )
س (١١) : اين تشاهد التلفزيون في الغالب؟
في البيت (   )   في مكان عام (   )
في مكان العمل (   )

س (١٢) : هل تجد صعوبة في فهم بعض المواد المقدمة من التلفزيون؟
نعم (   )   أحياناً (   )
لا (   )
س (١٣) : بصورة عامة ، ماهو رأيك بمستوى البرامج التلفزيونية المقدمة من تلفزيون بلدك؟
جيدة (   )   متوسطة (   )
رديئة (   )
س (١٤) : هل هناك ثمة برامج تلفزيونية مقدمة من تلفزيون بلدك تحرص على مشاهدتها
نعم (   )   لا (   )
س (١٥) : لمن أجاب (نعم) يرجى تحديد أهم هذه البرامج؟
....

....

....

....

....

س (١٦) : هل تشاهد محطات تلفزيونية يصل بثها التلفزيوني الى بلدك من الخارج
نعم (   )   لا (   )
س (١٧) : لمن أجاب (نعم) يرجى ذكر هذه المحطات؟
....

....

....

....

س (١٨) : هل ان الوقت الذي تقضيه بمشاهدة برامج هذه المحطات اكثر من وقت الذي تقضيه في مشاهدة البرامج المحلية أم أقل؟

أكثر (   )   أقل (   )

س (١٩) : هل تحرص على مشاهدة نشرة الاخبار المقدمة من التلفزيون؟

نعم (   )   لا (   )

س (٢٠) : هل تتابع مشاهدة نشرة الاخبار حتى نهايتها؟

دائماً (   )   أحياناً (   )

س (٢١) : هل ترى ان مدة النشرة المقدمة لك من التلفزيون المحلي؟

قصيرة (   )   مناسبة (   )

طويلة (   )

س (٢٢) : هل ترى أن ماتقدمه النشرة التلفزيونية المحلية مايكفي لاطلاعك على الاحداث المحلية والعربية والدولية؟

تماماً (   )   لحد ما (   )

لايكفي (   )

س (٢٣) : هل ترى أن التغطية التلفزيونية المصورة المعتمدة في نشرة الاخبار هي بالمستوى المطلوب؟

نعم (   )   لا (   )

س (٢٤) : هل تحرص على مشاهدة الافلام والمسلسلات الاجنبية أكثر من حرصك على مشاهدة الافلام والمسلسلات المحلية؟

نعم (   )   لا (   )

س (٢٥) يرجى تحديد رغبتك في مشاهدة كل مادة من المواد التلفزيونية الاتية :

المادة التلفزيونية	حدود الرغبة				
	الرغبة بدرجة كبيرة	ارغب لحد ما	لا ارغب	لا رأي له	لم يسبق أن استمع لهذه البرامج
١ـ برامج غنائية وموسيقية					
٢ ـ برامج ثقافية					
٣ ـ برامج تعليمية					
٤ ـ برامج علمية					
٥ ـ برامج رياضية					
٦ ـ برامج دينية					
٧ـ برامج سياسية واخبارية					
٨ ـ برامج تمثيلية					
٩ ـ افلام اجنبية					
١٠ ـ افلام عربية					
١١ ـ مسلسلات عربية					
١٢ ـ مسلسلات اجنبية					
١٣ـ برامج موجهة الى جمهور خاص (طلاب ، فلاحون ، نساء ، شباب ، .. الخ)					

س (٢٦) : يرجى تحديد مقترحاتك لتطوير البرامج التلفزيونية :

